

Treball de fi de grau

Títol

"Si no hi ha cap notícia, surto al carrer i mossego un gos"
-Charles Tatum, "Ace in the Hole" (1951)-
Retrat del periodisme del nostre temps a partir del cinema

Autor/a

Clara Ferrer Capó

Tutor/a

Antoni Vall Karsunke

Departament	Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	2 de juny de 2015

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	"Si no hi ha cap notícia, surto al carrer i mossego un gos" -Charles Tatum, "Ace in the Hole" (1951)- Retrat del periodisme del nostre temps a partir del cinema		
Castellà:	"Si no hay ninguna noticia, salgo a la calle y le muerdo a un perro" -Charles Tatum, "Ace in the Hole" (1951)- Retrato del periodismo de nuestro tiempo a partir del cine		
Anglès:	"If there's no news, I'll go out and bite a dog" -Charles Tatum, "Ace in the Hole" (1951)- Portrait of journalism of our time through cinema		
Autor/a:	Clara Ferrer Capó		
Tutor/a:	Antoni Vall Karsunke		
Curs:	Quart	Grau:	Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:	cinema, periodisme, estereotips, experts, comunicació, responsabilitat, compromís social
Castellà:	cine, periodismo, estereotipos, expertos, comunicación, responsabilidad, compromiso social
Anglès:	cinema, journalism, stereotype, experts, communication, responsibility, social commitment

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	En aquest treball d'investigació s'analitza la forma en què el cinema ha representat la figura del periodista. Per això, s'han estudiat els antecedents teòrics sobre aquest tema, s'han examinat en profunditat deu pel·lícules que abasten des del naixement del cinema fins a la més immediata actualitat. Acte seguit, s'han recopilat un total de nou temes o qüestions d'interès sobre l'exercici d'aquesta professió per, a continuació, fer una entrevista a nou experts sobre cada un d'aquests aspectes.
Castellà:	En este trabajo de investigación se analiza la forma en que el cine ha representado la figura del periodista. Para hacerlo, se han estudiado los antecedentes teóricos sobre este tema, se han examinado en profundidad diez películas que abarcan desde el nacimiento del cine hasta la más inmediata actualidad. Acto seguido, se han recopilado un total de nueve temas o cuestiones de interés sobre el ejercicio de esta profesión para, a continuación, hacer una entrevista a nueve expertos sobre cada uno de estos aspectos.
Anglès:	In this research is analysed how the cinema has represented the journalist figure. To do this, I have studied theoretical background on this subject. Furthermore, I have been examined in depth ten films ranging from the birth of cinema to the immediate present. Then, I have collected a total of nine topics or issues of interest on the journalism. Finally, I do an interview to nine experts on each of these aspects.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Clara Ferrer Capó

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	1
2. JUSTIFICACIÓ I METODOLOGIA.....	3
3. DE LA GÈNESI ALS NOSTRES DIES. Un recorregut per la història de la relació entre cinema i periodisme.....	5
3.1. ANTECEDENTS.....	6
3.2. ACTUALITAT.....	10
4. ELS PERIODISTES SÓN LES ESTRELLES. Deu pel·lícules sobre periodisme.....	14
4.1. <i>THE FRONT PAGE</i> : ELS PERIODISTES SENSE MORAL.....	15
4.2. <i>CITIZEN KANE</i> : LA DIVERSIÓ DE DIRIGIR UN DIARI.....	20
4.3. <i>ACE IN THE HOLE</i> : L'ART D'INVENTAR NOTÍCIES.....	25
4.4. <i>ALL THE PRESIDENT'S MEN</i> : L'AUTÈNTIC PERIODISME D'INVESTIGACIÓ.....	32
4.5. <i>NETWORK</i> : TOT PER L'AUDIÈNCIA.....	37
4.6. <i>THE KILLING FIELDS</i> : PERIODISME DE GUERRA.....	44
4.7. <i>VERONICA GUERIN</i> : DEIXAR-SE LA VIDA PER LA PROFESSIÓ.....	47
4.8. <i>GOOD NIGHT, AND GOOD LUCK</i> : EL PERIODISME LLIURE.....	52
4.9. <i>STATE OF PLAY</i> : EL PERIODISME COM A CONTRAPODER.....	58
4.10. <i>NIGHTCRAWLER</i> : LA SANG VEN.....	65
5. LES VEUS DE LA PROFESSIÓ. Nou entrevistes sobre periodisme.....	72
5.1. LA IMPORTÀNCIA DE LES FONTS: PEPE RODRÍGUEZ	73
5.2. EL PERIODISME I EL PODER: ÁLEX SÀLMON	77
5.3. DEONTOLOGIA PERIODÍSTICA: ROGER JIMÉNEZ	81
5.4. LA RESPONSABILITAT SOCIAL DEL PERIODISTA: MANEL ROS	86
5.5. LA DONA PERIODISTA: JUANA GALLEGU	90
5.6. PREMSA DIGITAL I PREMSA EN PAPER: ÀLEX GUTIÉRREZ	94
5.7. L'APRENENTATGE DEL PERIODISTA: JOSEP MARIA CASASÚS	98
5.8. LA COBERTURA DE CONFLICTES BÈL·LICS: RICARDO GARCÍA	101
5.9. EL PERIODISTA I LA SEVA IDEOLOGIA POLÍTICA: MARC GRAU	105
6. CONCLUSIONS.....	108
7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES.....	112

1. INTRODUCCIÓ

D'ençà que l'home és al món sempre ha volgut deixar constància de la seva estada més o menys efímera. Des de les pintades prehistòriques a les coves fins a l'últim tuit d'avui, l'home ha portat dintre seu la necessitat intrínseca de contar històries. Tots som contadors de contes, relatadors d'experiències i és, d'aquesta manera, com l'home pot esdevenir immortal. Allò que va evolucionant en el pas del temps és la manera de fer-ho, les plataformes, els formats i els suports.

El periodisme i el cinema, doncs, són dos mitjans de comunicació que persegueixen també aquest afany, aquesta passió per a plasmar la realitat, ja sigui a través del paper, de les ones electromagnètiques, d'internet com en la gran pantalla de les sales de cinema o del sofà. Ambdues arts volen contar històries excepcionals i donar-les a conèixer al màxim de gent possible.

Però en aquest intent de representar la realitat, el que fan tant el cinema com el periodisme, és construir-ne una altra de paral·lela, per dir-ho així. I no sempre som conscients d'això. De fet, és impossible fixar la realitat en qualsevol mitjà, fins i tot una fotografia, que vulgarment es considera el mitjà més “objectiu”, es pren des d'un angle i des d'una posició determinada. I la realitat és un miratge ple de matisos i, per tal de codificar-la i explicar-la, és necessari el filtre dels estereotips. El debat aquí seria demanar-nos si en som responsables.

I aquest treball d'investigació precisament té l'objectiu de veure com els contadors *professionals* d'històries, els periodistes, es mostren o apareixen en un mitjà tan impactant i consumit com és el cinema, gran creador d'estereotips. Històries dins històries, contes dins contes.

Quina visió en tindrà el cinema d'aquests que suposadament han d'interpretar i reproduir la realitat? El periodista té una gran responsabilitat amb la societat i, tal vegada, no sempre ha sabut estar a l'altura. Ara bé, el cinema ha castigat durament aquesta professió?

El que és segur és que periodisme i cinema van de la mà, més o menys barallats, i ambdós mitjans tenen la gran i important possibilitat –o, millor dit, el deure– de proposar debats i dinamitzar la societat sovint massa passiva en molts temes. En conseqüència, el retrat que el cinema en fa del periodisme i del seu exercici, és un element fonamental de crítica a tenir en compte. Així, si el cinema mostra un periodisme corrupte, deshumanitzat i en el qual regna l'espectacle, resulta necessari fer un examen de consciència. I si el cinema ensenya un periodisme de qualitat, de vocació i que lluita per descobrir a la ciutadania l'entramat de relacions obscures del poder, també és important estudiar-ho.

Pel que fa al periodisme, un debat que s'ha intensificat des del començament de la recessió econòmica del 2008, és si aquest està vivint una crisi pròpia, o si tan sols és una de les tantes víctimes de la delicada situació econòmica. La majoria d'autors aposten per aquesta última opció. Així, per exemple, el periodista Ramon Lobo adverteix en el seu blog:

“Es una crisis de la industria que lo mueve, del negocio. Los dirigentes modificaron sus prioridades: beneficios antes que noticias; ganaron dinero, pero perdieron lectores. Para aumentar las ganancias recortaron gastos, despidieron a periodistas veteranos y se dejó de ir a los sitios en los que suceden cosas. El objetivo no es contar lo que sucede, comprender lo que ocurre; el nuevo fin es recortar, ganar, hacerse millonario.”¹

Per tot això, s'han analitzat deu pel·lícules en les quals el periodisme n'és l'essència i el protagonista. Des del seu naixement fins als nostres dies. Però, tal com s'acaba de mencionar, no és suficient estudiar com és retratat el periodisme en el cinema, sinó que també és molt interessant comprovar quins temes sobre aquesta professió planteja: el periodisme en relació amb el poder, amb el sensacionalisme, amb la tecnologia, etc. I per a tractar aquestes últimes qüestions, s'han pres les declaracions de nou figures expertes o de referència en cada un d'aquests temes. La guerra està servida, o no.

¹ Lobo, R. (5 de desembre de 2012). No es una crisis del Periodismo. Recuperat de: <http://www.ramonlobo.com/2012/12/05/no-es-una-crisis-del-periodismo/>

2. JUSTIFICACIÓ I METODOLOGIA

Aquest treball de recerca es divideix fonamentalment en tres parts:

- La contextualització. Aquest apartat es divideix, alhora, en dos subapartats. Primerament, s'investiguen tots els antecedents d'estudis i anàlisis que s'han realitzat fins el moment de la relació entre cinema i periodisme. En segon lloc, s'aprofundeix en el debat del vincle entre ambdues arts i també en qüestions que es plantegen avui dia envers la professió periodística.
- L'anàlisi d'una selecció de deu pel·lícules on la figura del periodista és la protagonista.
- Les entrevistes a nou experts i/o professionals sobre qüestions i temes extrets de l'anàlisi dels films estudiats.

En primer lloc, la selecció dels films s'ha realitzat, essencialment, a partir del criteri del periodisme com a eix de la història que es narra en aquestes. D'altra banda, també s'ha intentat que les deu pel·lícules pertanyin a diferents dècades: des dels anys 30 (quan comença la proliferació de periodistes a Hollywood, tal com s'explica més àmpliament al següent apartat de “Contextualització”) fins a l'actualitat més immediata (l'última pel·lícula es va estrenar a l'any 2014). El llistat d'aquests films és el següent (per ordre cronològic):

- *Primera plana* (*The Front Page*, 1931)
- *Ciudadano Kane* (*Citizen Kane*, 1941)
- *El gran carnaval* (*Ace in the Hole*, 1951)
- *Todos los Hombres del presidente* (*All the President's Men*, 1976)
- *Network, un mundo implacable* (*Network*, 1976)
- *Los gritos del silencio* (*The Killing Fields*, 1984)
- *Veronica Guerin* (*Veronica Guerin*, 2003)
- *Buenas noches, y buena suerte* (*Good Night, and Good Luck*, 2005)
- *La sombra del poder* (*State of Play*, 2009)
- *Nightcrawler* (*Nightcrawler*, 2014)

De cada un d'aquests films, es distingiran tres apartats (amb la corresponent fitxa tècnica): Argument, Motius d'interès i Impacte o valor de la pel·lícula. L'argument consisteix en la sinopsi de la història. Pel que fa als motius d'interès, se seleccionen uns temes importants i de reflexió que es desprenen de la pel·lícula, per la qual cosa cada film tindrà distints subapartats. A més a més, per tal d'analitzar millor cada film, s'incorporen fragments i diàlegs dels personatges en versió original (cadascun d'ells traduïts al català a peu de pàgina)

Finalment, es recullen crítiques, articles i ressenyes publicades quan es va estrenar la pel·lícula i/o també textos més actuals que en fan referència. D'aquesta manera, es pot valorar l'impacte que va tenir o que ha tingut el film en la societat. Un cop s'han estudiat les pel·lícules, es recopilaran un total de nou temes resultants de l'apartat anterior i s'entrevistaran a nou experts i/o professionals (un per cada tema) sobre cadascuna d'aquestes qüestions.

3. DE LA GÈNESI ALS NOSTRES DIES

Un recorregut per la història de la relació entre cinema i periodisme

El vincle entre el cinema i el periodisme ve de lluny. No són

Aquests relats, en tant que formen i construeixen l'imaginari col·lectiu, són molt importants també per entendre en quina situació es troba el periodisme. Per això, també s'aprofundeix en les qüestions més importants sobre l'exercici d'aquesta professió que té la responsabilitat de la formació de l'opinió pública.

3.1. ANTECEDENTS

Tal com explica Mathew C. Ehrlich (2006), el periodisme sovint s'ha mostrat al cinema com una professió degradada i corrupta en la qual predomina la hipocresia i la defensa d'uns interessos que no es relacionen precisament amb el deure d'informar de forma veraç la ciutadania, sinó amb l'obsessió per incrementar l'audiència. D'aquesta manera, es posa de manifest la importància de l'ètica periodística. El gran problema o dificultat és que el periodisme té dues cares sovint enfrontades: el periodisme com a professió i el periodisme com a empresa o negoci.

El naixement del cinema es produeix a finals del segle XIX, en una incipient societat moderna en la qual es van implantant avenços tecnològics a les fàbriques però que també faciliten la vida domèstica. A més a més, aquest cinema incipient coincideix amb les investigacions que es duen a terme en psicologia en referència a les masses i a la identitat individual i col·lectiva.

“El nacimiento del cine coincide con las investigaciones que se están llevando a cabo sobre la *psicología de las masas* que años más tarde aplicaran teóricos como Walter Benjamin, Sigfried Kracauer o George Steiner, y en cuyos ensayos se sostiene cómo el cine metaforiza un intercambio de emociones sentimentales y cómo la asistencia a ver una película es una experiencia propia de la vida social característica de la modernidad (...) es importante subrayar que el proceso de socialización que supone dicho artefacto visual en el imaginario colectivo tanto por lo que supone el espectáculo en su faceta narrativa como en el hecho de intercambiar sentimientos y debates en torno a lo que se ha observado.”²

Els primers curtmetratges eren el resultat de la fascinació per la tècnica, per l'aparell i l'instrument i es basaven en representar la realitat com si es tractés d'un documental, molt abans que es comencessin a classificar les pel·lícules en gèneres cinematogràfics (Bezunartea, Cantalapiedra, Genaut, Peña i Pérez, 2011). Així, les primeres projeccions dels germans Lumière mostraven els obrers sortint de la fàbrica (*La Sortie de l'usine Lumière à Lyon*, 1895) i també l'arribada del tren a l'estació de Lió (*L'arrivée d'un train*

² García Fernández, E. C., Sánchez González, S., Marcos Molando, M. M., Manzano Espinosa, C., Gómez Alonso, R., i Deltell Escolar, L., (2011). *Historia del cine*. (pp. 34-38). Madrid: Fragua.

a la gare de la Ciotat de Lyon, 1895), entre d'altres. De fet, tal com expressa l'autor Carlos María Tosantos (2004), “el cine nació como consecuencia de la actualidad.”³

Però ben aviat es va prendre consciència que la invenció del cinema servia més que per a representar la realitat. Va ser l'il·lusionista Georges Méliès qui, un any més tard d'aquests primers “documentals”, va crear noves i diferents realitats a partir d'aquell invent. Gràcies a Méliès, per exemple, el cinema va poder mostrar a l'espectador l'arribada de l'home a la lluna (*Le voyage dans la Lune*, 1902)⁴. Es podria considerar, llavors, que amb Méliès comença a implantar-se la ficció en el cinema.

No obstant això, la primera vegada que l'ofici del periodista surt representat en el cinema és a l'època de la Primera Guerra Mundial. Es tracta d'un curtmetratge de 15 minuts titulat *Making a Living* (*Charlot periodista* o *Per guanyar-se la vida*) del director d'origen austríac Henry Lehrman i que es va estrenar el 2 de febrer de 1914. És també la primera pel·lícula protagonitzada per Charles Chaplin i en la qual neix el seu cèlebre personatge de Charlot. En aquest film, Chaplin es fa passar per un aristòcrata anglès quan, en realitat, no té cap tipus de seguretat econòmica. Per casualitat, troba una feina com a reporter en un diari local i roba el material d'un company per aconseguir l'autoria d'una notícia. D'aquesta manera, en la primera representació del periodisme en el cinema ja es posa de manifest una concepció negativa i poc ètica del reporter on el més important és aconseguir la notícia per damunt de tot i ser el primer en contar-ho (més enllà d'ajudar les víctimes, com també es mostra en *Making a living*).

Així doncs, la imatge del periodista es mostra per primera vegada al cinema a l'inici de la Primera Guerra Mundial. De fet, aquesta es correspondria a la primera època del periodisme, la qual es va desenvolupar arreu del món des de 1850 fins al final de la Primera Guerra Mundial. Aquest tipus de periodisme, tal com expressa Hernando Cuadrado (2000): “Es un periodismo doctrinal y moralizador, al servicio de las ideas políticas o religiosas. El género que se consolida es el artículo o comentario en sus diferentes variantes”. D'aquesta manera, el primer retrat del periodista en la gran

³ Tosantos, C. M., (2004). *Cine y periodismo: Los complementos*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

⁴ Bezunartea et al. 2011. Periodismo y cuarto poder en el cine. *Tercer Milenio: Revista de comunicaciones, periodismo y ciencias sociales*. Edición número 21. Recuperado de: <http://www.periodismoucn.cl/tercermilenio/2011/05/periodismo-y-cuarto-poder-en-el-cine/>

pantalla coincideix amb una època de conflicte i de convulsions on la premsa esdevé un instrument del poder per a la perpetuació d'aquest.

D'altra banda, l'autor espanyol Carlos María Tosantos (2004) reflexiona sobre la relació entre el cinema i el periodisme a les pel·lícules d'aquells cineastes que es varen sentir periodistes en algun moment i varen gravar noticiaris i documentals. Aquest gènere cinematogràfic *particular* rep el nom de complements:

“Los noticiarios y documentales eran el cine antes del cine porque este tipo de complementos se proyectaba habitualment con anterioridad a la pel·lícula elegida como base de la sesión cinematográfica.”⁵(Tosantos: 2004, 17)

Així, els noticiaris cinematogràfics es varen convertir, a mitjans dels anys 60, en una potent eina de propaganda i d'adoctrinament als ciutadans per part de l'Estat. Un clar exemple d'això el tenim a Espanya amb el popular NO-DO, que va tenir una àmplia trajectòria que va des del 1942 fins el 1981. Quan es parla de la indústria del cinema inevitablement s'ha de parlar de Hollywood. De fet, Thomas Zynda (1979) afirma:

“The news media themselves seldom present the public with an image of the press -a concrete, detailed and vivid picture of journalist at their work. The main source of such a portrait is films; indeed, Hollywood has a virtual monopoly on the public's image of the press”.⁶

D'altra banda, l'acadèmic Juan Carlos Laviana (1996) adverteix que la proliferació de periodistes a Hollywood té lloc a finals dels anys 20 i principis dels anys 30 coincidint amb l'arribada del so al cinema:

“La industria necesita hacer frente al nuevo reto tecnológico: es necesario escribir diálogos para que los actores puedan hablar. Nadie mayor que los avezados tipos de la prensa para escribir textos con segundas intenciones, emborronar cuartillas a destajo y capturar la atención de los espectadores” (Laviana, 1996:5-6).

⁵ “Els noticiaris i documentals eren el cinema abans del cinema perquè aquest tipus de complements es projectava habitualment amb anterioritat a la pel·lícula triada com a base de la sessió cinematogràfica”.

⁶ “Els propis mitjans de comunicació rarament es presenten al públic amb una imatge de la premsa –una concreta, detallada i vívida del periodista en la seva feina. La principal font d'un retrat com aquest són les pel·lícules; de fet, Hollywood té el monopoli virtual de la imatge pública de la premsa”.

D'igual manera, Zynda (1979) reconeix en el seu article *Hollywood's portrayal of the press, in fact, begins with its molding of the reporter character in the 1931 hit 'The Front Page'*.⁷ D'aquesta manera, d'acord amb Zynda, des d'aquest moment les pel·lícules estableixen un estereotip del periodista com “una persona del carrer, de conducció violenta, un personatge totalment sense escrúpols que farà qualsevol cosa per aconseguir una història”.

Així doncs, com assenyala Laviana el desenvolupament de la ràdio i la implantació del cinema sonor van de la mà. Des d'un primer moment es va buscar el so com a complement de les imatges en moviment però no va ser fins a finals del segle XIX quan es va començar a avançar en aquest sentit gràcies al fonògraf creat per Edison i el gramòfon dissenyat per Emil Berliner. Tal vegada, la proliferació i l'èxit de les emissores de ràdio als anys vint foren el detonant per a que la indústria del cinema comencés a pensar amb introduir el so en les pel·lícules.⁸

El cinema, com a producte simbòlic, cultural i, sobretot, també com a mitjà de comunicació, és una font molt potent d'estereotips. D'aquesta manera, si en l'art pictòric o en les obres de teatre s'intenta representar la societat del moment, en el cinema també hi trobem aquesta voluntat de fer de mirall social.

No obstant això, freqüentment el cinema no reproduïx la realitat o una realitat, sinó que la reinventa, la construeix, la manipula, etc. Seguint aquesta línia, s'entraria en un debat de si el cinema té el deure o no de ser aquest mirall de la realitat, però no és aquest el debat que ens preocupa. Aquesta separació o frontera entre realitat i ficció també hi és en el periodisme. Més encara, entre l'opinió i la informació. Evidentment, traçar aquesta línia no sempre és fàcil i encara menys si parlem d'opinió i informació; ja que, com a subjectes que som, no podem elaborar una informació objectiva.

Per una altra banda, cal tenir en compte una altra relació important entre ambdues arts: hi ha una part del periodisme que es dedica a fer crítiques i comentaris sobre els productes cinematogràfics. Així, el periodisme condiciona o influeix en certa mesura en

⁷ “El retrat de Hollywood de la premsa, de fet, comença amb el model del personatge del reporter en el 1931 de l'èxit *The Front Page*”.

⁸ García Fernández, E. C., Sánchez González, S., Marcos Molando, M. M., Manzano Espinosa, C., Gómez Alonso, R., i Deltell Escolar, L., (2011). *Historia del cine*. (pp. 134-141). Madrid: Fragua.

els espectadors: que vagin o no a veure la pel·lícula, es formen unes expectatives i unes valoracions millors o pitjors, etc. És, en definitiva, el mateix que passa amb la formació de l'opinió pública.

Durant la primera dècada del segle XX, quan es comencen a gestar les estrelles que tindran un gran protagonisme en els anys vint, també comencen a aparèixer les primeres publicacions de premsa especialitzada en cinema, com és el cas de la revista nord-americana *Variety*, que, des de 1905, va tenir una gran difusió. Fou en aquesta època quan es comença a referir-se el cinema com a setè art⁹.

El professor Thomas H. Zynda en el seu article *The Hollywood version: Movie portrayals of the press* (1979), fa una anàlisi de com es mostra el periodisme en la gran pantalla, des de la dècada dels anys 30 fins als anys 70. Així, Zynda declara que les pel·lícules dels anys 30 posen l'accent en la naturalesa poc convencional d'aquesta professió de la comunicació.

3.2. ACTUALITAT

A partir de l'anàlisi de deu pel·lícules, que van des de l'any 1931 al 2014, on el periodista és el protagonista de la història, es posa de manifest la vigència d'aquesta preocupació del cinema envers el món del periodisme -sobretot per l'ètica periodística-.

En aquest sentit, el periodisme té o comprèn una doble vessant: és una empresa però també té una obligació amb la societat en tant que forma l'opinió pública. D'aquesta manera, com a qualsevol altre negoci o empresa, ha d'esdevenir rentable per seguir realitzant la seva funció, en aquest cas, seguir informant a la ciutadania. Sense els recursos econòmics (que, alhora en proporciona d'altres com són tots els recursos humans, periodistes) l'activitat no pot tenir una continuïtat. Llavors, el problema principal seria aquest: vendre molts diaris, aconseguir molts espectadors (*share*), molts usuaris (en el cas dels diaris digitals) o molts oients (en cas del periodisme radiofònic).

⁹ García Fernández, E. C., Sánchez González, S., Marcos Molando, M. M., Manzano Espinosa, C., Gómez Alonso, R., i Deltell Escolar, L., (2011). *Historia del cine*. (pp. 36-38). Madrid: Fragua.

I, en conseqüència, es formularia la següent qüestió: com fer-ho? Com aconseguir aquesta difusió, aquest rendiment? La solució seria que el periodisme aportés informació útil i d'interès públic a la ciutadania, informació contrastada i contextualitzada. La dificultat que s'afegeix aquí, però, és si els ciutadans i la societat en general, saben apreciar el bon periodisme, el periodisme de qualitat.

Així doncs, per tal que un mitjà de comunicació existeixi com a tal, aquest ha de tenir una certa solvència econòmica que asseguri la seva supervivència. Amb tot, això no ha d'anar o no hauria d'anar en detriment de la qualitat dels continguts que s'ofereixin. La gran problemàtica rau en el fet que moltes vegades la condició econòmica té un major pes o predomina sobre la qüestió de la qualitat periodística. I aquest mateix debat es reproduïx en el món del cinema, que també depèn de l'audiència, dels espectadors, per a subsistir.

“La hermandad de cine y prensa no sólo aparece en los medios que utilizan, sino hasta en los propios fines. La prensa busca desesperadamente conseguir vender ejemplares, es la única garantía de que su mensaje llegará y de que el proyecto será económicamente viable. El cine busca también de forma incansable, espectadores a los que contar su historia y que, al pasar por taquilla, hagan rentable su trabajo”¹⁰(Laviana, 1996:11).

La importància de la funció social del periodisme és indiscutible. Així, McNair (2010) afirma el següent:

“The journalist can be our collective conscience, going to places and doing things that we ourselves dare not, and without whose courage we would as societies be very much worse off”.¹¹

De fet, amb freqüència es coneix el periodisme com el “quart poder”. És a dir, com a mediador dels tres poders clàssics o tradicionals: legislatiu, executiu i judicial. Aquest

¹⁰ “La germanor de cinema i premsa no només apareix en els mitjans que utilitzen, sinó fins a en les pròpies finalitats. La premsa busca desesperadament aconseguir vendre exemplars, és l'única garantia que el seu missatge arribarà i que el projecte serà econòmicament viable. El cinema busca també de forma incansable, espectadors als quals explicar la seva història i que, en passar per taquilla, facin rendible la seva feina”.

¹¹ “El periodista pot ser la nostra consciència col·lectiva, anant als llocs i fent les coses que nosaltres mateixos no ens atrevim a fer, i sense el coratge del qual seríem molt pitjor com a societat”. McNair, B. (2010). *Journalists in film: Heroes and Villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press. Pàg. 12.

concepte el va plantejar el polític conservador i filòsof irlandès per alguns, o pel periodista i historiador anglès Thomas B. Macaulay tan sols dos anys abans de l'esclat de la Revolució Francesa el 1789. Era l'època en què va néixer la democràcia parlamentària i, en conseqüència, la premsa clau en aquest nou escenari polític. Per altra banda, tal com expressen Bezunartea, Cantalapiedra, Coca, Genaut, Peña i Pérez (2011) quan es produeix l'expansió dels totalitarismes aquest quart poder passa a ser simplement una eina de propaganda dels estats¹².

No obstant això, Ignacio Ramonet (2011:55-57) prefereix referir-se al periodisme com un “contrapoder” i no com un “quart poder”; ja que, segons l'autor, el periodisme exercia un contrapès amb els altres tres poders. D'acord amb Ramonet, aquest anomenat quart poder va permetre el sorgiment d'un actor decisiu en les democràcies modernes: l'opinió pública. Malgrat tot, Ramonet adverteix que “en los últimos veinte años, con el avance de la globalización económica, el contenido del cuarto poder se ha ido vaciando de sentido. Ha perdido su función esencial de contrapoder”.

De fet, en les últimes dècades s'ha anat aplicant una nova fórmula periodística que barreja la informació i l'entreteniment: l'*infotainment*. El terme, plantejat per l'acadèmic francès Claude-Jean Bertrand a finals de la dècada dels vuitanta, feia referència sobretot a la programació de la televisió on cada cop hi tenia més cabuda la diversió, els escàndols i la morbositat i, a més a més, tot això es presentava barrejat amb la informació. En *El zumbido del moscardón* (2006), José Luis Martínez Albertos declara que l'*infotainment* respon a “la tendencia presente hoy en buena parte del periodismo actual, que le lleva a concebir y tratar la noticia como una modalidad específica del mundo del espectáculo”. D'altra banda, en aquest llibre, Martínez Albertos també recull el pensament de Ignacio Ramonet sobre el sentiment de caos que ha portat Internet en el món de la comunicació:

“Ignacio Ramonet, como hemos visto, habla del sentimiento de caso atribuible a Internet como consecuencia de que este medio establece el principio de que todo lo que ocurre en el mundo puede ser emitido y recibido en tiempo real, instantáneamente. Pero este sentimiento de caos se deriva también de la visión generalizada de que todo lo que existe es

¹² Bezunartea et alt. (2011). Periodismo y cuarto poder en el cine. *Revista Tercer Milenio: Revista de comunicaciones, periodismo y ciencias sociales*. Edición número 21.

intelectualment asequible y asimilable como si estuviéramos ante un espectáculo de variedades: el conocimiento se convierte así en un juego similar a la decodificación superficial y entretenida de un chiste verbal o de un *gag* cinematográfico. Pero la realidad es muy diferente: la mera información por acumulación de datos no supone que el individuo esté en condiciones de conocer, ni mucho menos de saber, lo que pasa en el mundo, ni siquiera lo que ocurre a su alrededor.”¹³

És precisament aquest dilema ètic el que sovint funciona com a base o eix d'una pel·lícula sobre periodisme. És a dir, en els films on s'hi representa la figura del periodista, aquest també té una disjuntiva i un debat intern sobre com procedir en la seva manera de fer i de tractar la informació que li arriba. Així, el cinema s'ha preocupat per mostrar també els problemes que tenen els professionals de la informació en la seva rutina: el tractament de les fonts, la cobertura de situacions especials com tragèdies i conflictes bèl·lics, la relació amb el poder polític i econòmic, el bon periodisme *versus* el sensacionalisme i l'espectacularització de la informació, etc.

En el seu llibre *Journalism in film: Heroes and Villains* (2010), el periodista Brian McNair analitza la relació del cinema i el periodisme i, especialment, com es mostra aquest en la gran pantalla. D'acord amb aquest autor, la relació entre ambdós mitjans és d'amor-odi, posant altra vegada de manifest el vincle tan complex que uneix ambdues arts que comparteixen la passió de contar històries:

“The journalist is a hate figure, on the one hand, held responsible by many for the debasement of public discourse and the coarsening of society in general. The journalist is commonly referred to in these contexts as a hack, a reptile, a sleaze merchant revelling in other's miseries, a purveyor of cultural trash.”¹⁴ (McNair, 2010: 9)

¹³ “Ignacio Ramonet, com hem vist, parla del sentiment de caos atribuïble a Internet com a conseqüència que aquest mitjà estableix el principi que tot el que ocorre al món pot ser emès i rebut en temps real, instantàniament. Però aquest sentiment de caos es deriva també de la visió generalitzada que tot el que existeix és intel·lectualment asequible i asimilable com si estiguéssim davant un espectacle de varietats: el coneixement es converteix així en un joc similar a la decodificació superficial i entretinguda d'un acudit verbal o d'un *gag* cinematogràfic. Però la realitat és molt diferent: la mera informació per acumulació de dades no suposa que l'individu estigui en condicions de conèixer, ni molt menys de saber, la qual cosa passa al món, ni tan sols el que ocorre al seu al voltant.”

¹⁴ “El periodista és una figura d'odi, per una banda, responsable per molts de la degradació del discurs públic i la vulgarització de la societat en general. El periodista es refereix comunament en aquests contextos com un escriptor pèssim, un rèptil, un comerciant pocavergonya que es delecta en les misèries dels altres, un proveïdor d'escombraries cultural.”

4. ELS PERIODISTES SÓN LES ESTRELLES

Deu pel·lícules sobre periodisme

Des de la dècada dels anys 30 fins a l'actualitat, Hollywood s'ha interessat per donar veu als periodistes i que aquests protagonitzin les seves pel·lícules. Els reporters han esdevingut també les estrelles protagonistes d'aquesta comunament coneguda, “fàbrica de somnis”.

Per tal de seguir aquesta evolució històrica, he escollit deu films que van des dels orígens d'aquesta aparició dels periodistes a la gran pantalla, fins a la més immediata actualitat: periodistes corruptes, honrats, obscurs, valents...

4.1. THE FRONT PAGE: ELS PERIODISTES SENSE MORAL

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>The Front Page</i>
Títol a Espanya:	<i>Un gran reportaje</i>
Any:	1931
Duració:	101 min.
País:	Estats Units
Director:	Lewis Milestone
Guió:	Bartlett Cormack (Obra: Ben Hecht, Charles MacArthur)
Repartiment:	Adolphe Menjou, Pat O'Brien, Mary Brian, Edward Everett Horton, Walter Catlett, George E. Stone, Mae Clarke
Premis:	1930: 3 nominacions a l'Òscar: Millor pel·lícula, director i actor (Adolphe Menjou)

1. Argument

Hildy Johnson és un periodista que treballa pel *Morning Post* i que està planejant marxar a Nova York per a començar una nova vida amb la seva futura esposa. Però Walter Burns, l'editor i director del diari, farà tot el possible perquè el seu millor periodista no se'n vagi i abandoni el *Post*. D'altra banda, Johnson dubtarà de marxar quan sorgeix l'oportunitat de fer una gran notícia sobre la fuga d'un condemnat a mort.

2. Motius d'interès

2.1. Una professió poc respectada

Ja al començament de la pel·lícula es mostra la poca serietat i professionalitat dels periodistes, que llencen objectes (fins i tot botelles de vidre) per la finestra sense preocupar-se de ferir a cap vianant. Així, en la primera escena, Kruger (caracteritzat pel mínim interès per la seva feina, sempre cantussejant i tocant el banjo), tira per la finestra una botella de licor i un vianant es queixa pel comportament de tots els periodistes:

Vianant: I'll get the sheriff after you tramps.

Kruger: Ain't much respect for the press around here. ¹⁵

¹⁵ -**Vianant:** Mandaré el xèrif darrera vosaltres, vagabunds. -**Kruger:** No es respecta molt la premsa per aquí.

D'altra banda, la imatge del periodista és d'un home (no hi ha cap dona a la redacció) sense escrúpols ni preocupacions per la seva feina, irresponsable, fumador i jugador de cartes. D'aquesta manera, el xèrif Hartman també rebutja i critica aquest comportament, sobretot en una situació delicada en què estan a punt d'executar un home: "But how do you suppose it looks to have a lot of hoodlums yellin' and throwin' things outta the winda? There's someone in that death house. How do you suppose he feels, listening to all this reveille?"¹⁶

2.2. L'oportunitat d'un gran reportatge

Hildy Johnson, que vol marxar a la gran ciutat amb la seva futura esposa Peggy, se n'adona de l'oportunitat que representa cobrir la fugida de Earl Williams, condemnat a mort per assassinar un policia. Per tant, el periodista té el dilema de si quedar-se o anar-se'n a Nova York, tal com havia promès a Peggy.

D'igual manera, Walter Burns, l'editor del *Morning Post*, insisteix també en la idea que és una bona ocasió per a que el periodista es faci famós i, així, fer que no abandoni la redacció: "You've done something big. (...) This isn't a newspaper story, it's a career!"¹⁷ D'altra banda, hi ha una escena en què Burns demana a Johnson que li llegeixi el *lead* de l'exclusiva on afirmen que el *Post* ha atrapat el delinqüent Williams:

Burns: No... that stinks. Aren't you gonna mention the Post? Don't we take any credit?

Johnson: I got that in the second paragraph.

Burns: Who's gonna read the second paragraph? Fifteen years telling you how to write a story. Have I gotta do everything?¹⁸

Així doncs, aquesta escena constitueix un dels diversos exemples que mostren com els periodistes que apareixen en la pel·lícula no tenen cap inconvenient en mentir, exagerar i inventar fets i històries per aconseguir una major expectació per la notícia.

¹⁶ "Però com creieu que queda tenir un montón de rufianes cridant i llançant coses fora per la finestra? Hi ha algú en el corredor de la mort. Com se suposa que se sentirà escoltant tot aquest sarau?"

¹⁷ "Has fet una cosa gran! (...) Perquè això no és una simple història. És la culminació de la teva carrera!"

¹⁸ **-Burns:** No, això apesta. No mencionaràs el Post? És que no tenim cap mèrit? **-Johnson:** Està al segon paràgraf. **-Burns:** Qui llegirà el segon paràgraf? Porto 15 anys ensenyant-te com escriure una notícia. He de fer-ho jo tot?

2.3. El periodista miserable

Quan Johnson comunica a Burns que deixarà el diari per a marxar a Nova York, casar-se i tenir una vida més acomodada (la família de la seva promesa, Peggy, ostenta una bona posició social), l'editor del *Post* no està disposat a deixar-lo anar tan fàcilment. A pesar de l'aparent mala relació entre ambdós homes, amb motiu de la despedida sorgeixen records d'antigues aventures:

Johnson: That time you sent me to test that trick diving suit. That suit was about as waterproof as your straw hat. It took 30 minutes to pull me up. Lucky I only went deaf.

Burns: I hired an airplane to take you up to get your hearing back.

Johnson: Bribing the pilot so he landed in the middle of a strike massacre in Illinois?

Burns: You scooped the whole world on the story, and were the envy of every newspaper man alive.

Johnson: Oh, well, it was worth it at that.¹⁹

En aquesta escena es mostren les diferents complicacions que ha viscut el periodista per aconseguir l'exclusiva al llarg de la seva professió. D'altra banda, quan Johnson anuncia que se'n va a Nova York, els seus companys s'interessen per quin diari treballarà, però Johnson adverteix: “None of ‘em. Who wants to work at a newspaper? Hobos full of dandruff and bad gin. (...) Advertising business. \$150 a week”.²⁰ Davant això, els altres periodistes es burlen d'ell i Johnson respon amb menyspreu, tot fent una descripció de com veu ell la figura del periodista que ell mateix exerceix:

“Listen to who’s talking. Journalists! Peeking through keyholes, running after fire engines, waking people up to ask them what they think of Mussolini. Stealing pictures from old ladies of their daughters who get attacked in Groves Park. A lot of daffy buttinskies running around with holes in their pants holding nickels from office boys. And for what? So hired girls and motormen’s wives know what’s going on. (...) Nobody needs to tell me about a

¹⁹ **-Johnson:** Recordes aquella vegada que em vares enviar al llac a provar aquell vestit de busseig fals. Aquell vestit era tan impermeable com el teu barret de palla. Es va omplir tan ràpid que varen tardar mitja hora en treure'm de l'aigua. Vaig tenir sort de quedar-me només sord. **-Burns:** I no vaig córrer amb les despeses de lloguer d'un avió per a recollir-te el més ràpid possible i que recuperessis la teva oïda? **-Johnson:** I amb les despeses encara major de subornar al pilot per a que aterrés en mig d'una horrible massacre en Herrin, Illinois? **-Burns:** Vares tenir la primícia de la notícia a nivell mundial. Et vares convertir en l'enveja de tot reporter viu. **-Johnson:** És veritat, reconec aquella importància...

²⁰ “Per a cap. Qui vol treballar en un diari? Un munt de mandrosos, plens de caspa i ginebra dolenta. Em dedicaré al negoci de la publicitat. 150 dòlars a la setmana”.

newspaper. I've been a newspaperman for 15 years. It's a cross between a bootlegger and a galoofer. You'll all end up in a copy desk, gray-haired, hunchbacked slobs, dodging debt collectors when you're 90. (...)”²¹

D'aquesta manera, el mateix periodista té una actitud de menyspreu cap el periodisme. Així queda patent que el poc respecte cap el periodisme no només ve de fora (dels ciutadans, del xèrif, etc.), sinó que són els mateixos periodistes els que no tenen respecte envers el seu ofici.

Un altre element a tenir en compte és que, per a aconseguir l'exclusiva, Johnson i el senyor Burns amaguen el fugitiu en la redacció sense informar a la policia que l'està buscant. Així, cadascú respon segons els seus propis interessos, sense reflexionar sobre l'ètica o la moral.

Cap el final del film, quan tota la redacció i les autoritats descobreixen que Burns i Johnson tenien amagat a Williams, l'alcalde i la policia els amenacen però Burns segueix defensant-se i els adverteix del poder de la premsa com a mitjà de propaganda política:

Alcalde: Well, looks like about 10 years apiece for you birds.

Burns: Does it? You forget the power that always watches over the *Morning Post*.

(...)

Alcalde: All the lawyers in the world aren't going to help you.

Burns: This is the *Morning Post* you're talking to.

Alcalde: The power of the press, huh?

Burns: Bigger men than you have found out what the power of the press means. Presidents. Yes, and kings.²²

²¹ “Escolteu qui parla. Periodistes! Tafanejant per forats de pany, corrent darrera dels cotxes com gossos entrenats. Despertant a la gent en mig de la nit per a preguntar-los què pensen de robar quadres a velles dames i a les seves filles que varen ser atacades a Grove Park. Xerraires indiscrets fent el ximple amb forats en els seus pantalons. Mendicant centaus a nois d'oficina. I, per a què? Per a que un milió de noies de lloguer i esposes d'obrer sàpiguen el que succeeix. (...) Ningú ha de dir-me què és un diari. He estat periodista des de fa 15 anys. És un encreuament entre contrabandista i pirata. Voleu saber una cosa? Acabareu en un escriptori amb el cabell gris, gepa de taujà escapant dels cobradors quan tingueu 90 anys. (...)”.

²² -**Alcalde:** Bé, sembla que a aquests ocells els cauran 10 anys de presó. -**Burns:** Creus? No oblidis el poder del *Morning Post*. -**Alcalde:** El poder de la premsa, eh? -**Burns:** Homes més poderosos que tu han sabut què és el poder la premsa. Presidents, sí, i reis.

Finalment, quan el periodista es retroba amb la seva estimada Peggy, li demana una última oportunitat tot abandonant la professió: “Pens deixar la beguda, les paraulotes i qualsevol cosa que tingui a veure amb l’estúpid negoci de la premsa. Estimada, mai més llegiré diaris.”

3. Impacte i valor de la pel·lícula

El film està basat en l’obra teatral homònima de Ben Hecht i Charles MacArthur del 1928. Ambdós dramaturgs també van ser periodistes i la seva creació va ser adaptada a la gran pantalla en tres ocasions: en 1931 per Lewis Milestone (*Un gran reportaje*), el 1940 per Howard Hawks (*Luna nueva*) i l’última, i tal vegada la més famosa, el 1974 per Billy Wilder (*Primera plana*).

Diversos autors coincideixen en la gran influència que va exercir aquesta pel·lícula. Per una banda, en la història del cinema arran de les innovacions tècniques; i, per altra banda, en el mateix món del periodisme en el seu context també social. Així, per exemple, Matthew C. Ehrlich (2006) expressa:

“*The Front Page* was a highly influential film. Milestone demonstrated the visual possibilities of talking pictures by employing a much more mobile camera than most early talkies did. More importantly, the movie presented a vision of urban reporter and the wicked, glamorous big city that shaped pictures for years to come”.²³

D’igual manera, Peña Fernández afirma també:

“En el caso de *Primera plana*, su primera adaptación cinematográfica (*Un gran reportaje*, Lewis Milestone, 1930) constituye el primer gran hito en la creación de la imagen cinematográfica de la profesión”.²⁴

²³ “*The Front page* va ser una pel·lícula molt influent. Milestone va demostrar les possibilitats visuals del cinema sonor mitjançant l’ús d’una càmera molt més mòbil que la majoria de les pel·lícules parlades primerenques que es van fer. Més important encara, la pel·lícula presenta una visió del reporter urbà i la ciutat dolenta, la gran ciutat glamurosa que va donar forma a les imatges en els propers anys”. Ehrlich, M. C., (2006). *Journalism in the movies*. Illinois: Paperback. Pàgines 37-38.

²⁴ “En el cas de *Primera plana*, la seva primera adaptació cinematogràfica (*Un gran reportaje*, Lewis Milestone, 1930) constitueix la primera gran fita en la creació de la imatge cinematogràfica de la

4.2. *CITIZEN KANE*: LA DIVERSIÓ DE DIRIGIR UN DIARI

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>Citizen Kane</i>
Títol a Espanya:	<i>Ciudadano Kane</i>
Any:	1941
Duració:	119 min.
País:	Estats Units
Director:	Orson Welles
Guió:	Orson Welles & Herman J. Mankiewicz
Repartiment:	Orson Welles, Joseph Cotten, Everett Sloane, George Coulouris, Dorothy Comingore, Ray Collins
Premis:	1941: Òscar: Millor guió original. 9 nominacions

1. Argument

Charles Foster Kane (Orson Welles) és un gran magnat nord-americà que posseeix 37 diaris, dos sindicats, una xarxa de radiodifusió i fàbriques de paper, entre moltes altres propietats. En els seus últims moments de vida, Kane va dir una única paraula: “Rosebud”. A partir d’aquí, un grup de periodistes comença una investigació per a esbrinar el significat d’aquesta paraula i, així, intentar conèixer un personatge tan important, estimat per molts però també odiat per molts altres.

2. Motius d’interès

2.1. L’impacte mediàtic de la mort d’una important figura pública

La pel·lícula comença amb un breu reportatge periodístic dedicat a Kane. En aquest reportatge inicial, sota la capçalera *News on the March (Últimes notícies)* s’explica la importància d’aquesta figura tan particular que comptava amb un gran imperi:

“Kane’s empire, in its glory, held dominion over 37 newspapers, two syndicates, a radio network, an empire upon an empire. The first of grocery stores, paper mills, apartment buildings, factories, forests, ocean liners. An empire through which for 50 years flowed in an unending stream. The wealth of the Earth’s third richest gold mine.”²⁵

professió”. Peña Fernández, S P. (2011). Caballeros de la prensa. El periodisme en el cine de Billy Wilder (tesis doctoral). Universitat del País Basc, Leioa. Pàgina 37.

²⁵ “L’imperi de Kane, en el seu apogeu, dominava 37 periòdics, 2 sindicats, una xarxa de radiodifusió, un imperi sobre un imperi. Cadenes de tendes de queviures, fàbriques de paper, edificacions, factories,

D'altra banda, l'impacte mediàtic de la mort de Kane es posa de manifest en aquest mateix reportatge amb el rètol informatiu: “In Xanadu last week was held 1941's biggest strangest funeral.”²⁶ A més a més, apareixen titulars de diversos diaris d'arreu del món amb la notícia de la defunció, des d'un diari espanyol fins a un de xinès.

2.2. La direcció d'un diari i la compra dels periodistes

Un altre aspecte interessant de la pel·lícula és quan Kane vol renunciar a totes les seves propietats i únicament se sent atret per la propietat del diari *Inquirer*. Tal com expressa Kane: “Serà divertit dirigir-lo.” Igualment, Kane admet a Thatcher, el seu tutor legal fins aleshores: “I don't know how to run a newspaper. I try everything I can think of.”²⁷

Posteriorment, quan Kane arriba a l'*Inquirer*, s'instal·la en el seu nou despatx i informa al que fins aleshores era l'editor del diari, Herbert Carter, dels canvis que imposarà. Així, per exemple, Kane anuncia que les notícies podran arribar durant les 24 hores del dia. Carter, que representaria el periodista de “l'antiga escola”, es mostra escèptic i incrèdul amb aquesta nova realitat. Llavors, Kane redacta una declaració de principis que promet complir:

“I'll provide the people of this city with a daily paper that will tell all the news honestly. (...) No special interests will be allowed to interfere with that truth. I'll also provide them with a fighting and tireless champion of their rights as citizens and as human beings.”²⁸

D'altra banda, quan Kane es converteix en editor i propietari de l'*Inquirer*, decideix aconseguir tota la plantilla dels periodistes que treballen pel gran rival de l'*Inquirer*, el *Chronicle*. Llavors, el millor amic de Kane, Jed Leland, està preocupat per aquesta incorporació de reporters d'un altre diari i comenta a Bernstein, col·laborador de Kane en el seu mitjà, si aquests periodistes comparteixen la política del seu antic diari, el *Chronicle*, o canviaran el seu parer d'acord amb el seu nou cap, el senyor Charles Foster

boscós, línies de navegació. Un imperi pel qual 50 anys corria un torrent d'or sense fi. Estava considerat el tercer del món quant a riquesa.”

²⁶ “La setmana pasada va tenir lloc a Xanadú el major i més estrany funeral de 1941.”

²⁷ “Jo no sé com dirigir un diari, senyor Thatcher, faig el que se m'acudeix”.

²⁸ “Proporcionaré als habitants d'aquesta ciutat un diari honrat que doni confidencialitat i exactitud les notícies (...) No permetré que cap interès de cap classe entorpeixi la veritat dels fets. També els donaré un defensor infatigable que lluiti pels seus drets com a ciutadans i com a éssers humans.”

Kane. Però Bernstein, tranquil, li contesta que Kane “els haurà moldejat al seu gust en menys d’una setmana.”

2.3. La ideologia política i el propietari d’un diari

La ideologia política de Kane, propietari de l’*Inquirer*, fou un tema de debat, ja que alguns el consideraven comunista (com el senyor Thatcher, un home important de Wall Street): “Mr. Charles Foster Kane, in every essence of his social beliefs and by the dangerous manner he has persistently attacked American traditions of private property initiative and opportunity for advancement is, in fact, nothing more or less than a communist”.²⁹ Mentrestant, altres, com ara un sindicalista, el veien com un feixista: “The simple words “Charles Foster Kane” threaten every worker in our country. This man is today what it has always been and will be: a fascist.”³⁰

Amb tot, entre tanta controvèrsia, Kane va afirmar als periodistes que ell es considerava, únicament, un americà: “I am, have been, and will be only one thing, an American”.³¹ Igualment, també es posa de manifest la implicació de Kane i, en conseqüència, dels seus diaris en els assumptes públics:

“For 40 years appeared in Kane newsprint no public issue on which Kane papers took no stand. No public man whom Kane himself did not support or denounce. Often support, then denounce.”³²

D’altra banda, Thatcher també es queixa que l’*Inquirer* publica informació que va en contra dels mateixos interessos de Kane com a accionista de l’empresa pública de transport:

²⁹ “El senyor Charles Foster Kane, per les seves opinions socials i per la manera perillosa que ha atacat persistentment les tradicions americanes del dret de la propietat privada i la iniciativa particular és, simplement ni més ni menys que un comunista”.

³⁰ “Les simples paraules ‘Charles Foster Kane’ constitueixen una amenaça per a qualsevol treballador del nostre país. Aquest home és avui el que sempre ha estat i serà: un feixista.”

³¹ “Jo sóc, he estat i seré tan sols una cosa: un americà”.

³² “Durant 40 anys no hi havia cap afer públic sobre els quals els diaris de Kane no es posicionessin. No hi havia cap home públic a qui el propi Kane no donés suport o denunciés. O, sovint, donar suport per llavors denunciar-lo.”

“I am the publisher of the *Inquirer*. As such it's my duty, I'll let you in on a little secret. It is also my pleasure to see that the working people of this community aren't robbed by a pack of money-mad pirates, just because they have no one to look after their interests. I'll let you in on another little secret, Mr. Thatcher: I think I'm the man to do it. You see, I have money and property. If I don't look after the interests of the underprivileged, somebody else will. Maybe somebody without money or property.”³³

3. Impacte i valor de la pel·lícula

Citizen Kane és considerada una de les millors pel·lícules de la història del cinema. De fet, l'Institut de Cinema Americà (American Film Institute) es refereix a ella també com a tal entre les cent millors pel·lícules de la història³⁴. Així, per exemple, en el *Chicago Sun-Times* s'expliquen les raons d'aquesta transcendència:

"*Citizen Kane* is arguably the most important film, for two reasons: It consolidated the film language up until 1941 and broke new ground in such areas as deep focus, complex sound, and narrative structure. The other reason is that it demonstrated the auteur theory 25 years before it was being defined (of course that theory was already being demonstrated in silent days). It was *a film by Orson Welles*".³⁵

Diego Galán publicava a *El País* una crítica també positiva, tot fent referència a la joventut de Welles i a la seva trajectòria en l'àmbit teatral, així com també la rellevància del film en la història:

“Orson Welles tenía entonces 24 años y una trayectoria prestigiosa por sus montajes teatrales. (...) Su tercera y definitiva tentativa, *Ciudadano Kane*, vio por fin la luz tras un

³³ “Sóc l'editor de l'*Inquirer* i consider que és el meu deure. I li dire un secret: em diverteix. Em diverteix treballar per a que la gent decent d'aquesta comarca no resulti robada per una colla de pirates (...) contra els que no tenen qui els defensi. I confessaré un altre secret, senyor Thatcher. Sóc jo qui ho pot fer, tenc suficients diners per fer-ho. Si no assumeixo la defensa d'aquesta pobra gent potser que ho faci un altre. Algú que només tingui bona voluntat”.

³⁴ Recuperat de: <http://www.afi.com/100years/movies.aspx>

³⁵ “*Citizen Kane* és sens dubte la pel·lícula més important, per dues raons: Es va consolidar el llenguatge cinematogràfic fins a 1941 i va obrir nous camins en àrees com ara la profunditat de camp, la complexitat en el so i l'estructura narrativa. L'altra raó és que es va demostrar la teoria de l'autor 25 anys abans de que s'hagués definit (per suposat que la teoria ja estava sent demostrada en el cinema sense so). Es tractava d'una pel·lícula d'Orson Welles”. Ebert, R. (4 de setembre de 2008). “Whats your favorite movie?”. *Chicago Sun-Times*. Recuperat de: <http://www.rogerebert.com/rogers-journal/whats-your-favorite-movie>

complicado rodaje y nueve meses de montaje, que él mismo realizó. (...) Las gentes de Hollywood la han valorado desde entonces como la mejor película de todos los tiempos”.³⁶

En canvi, el *The Satirist* –que es proclama el diari més crític d’Amèrica³⁷- no fa una crítica tan positiva com els altres mitjans, posant èmfasi en el fet que sigui “una història poc convincent”:

“*Citizen Kane* isn’t the greatest movie of all time because it lacks a compelling story. *Kane* is a solid technical achievement, but it carries little emotional impact. We don’t care much about the characters and little is at stake for them.”³⁸

D’altra banda, cal mencionar també la reflexió que en fa Brian McNair en el seu llibre *Journalists in film: Heroes and villains*. Aquest autor bateja *Citizen Kane* com “el pare de totes les pel·lícules sobre grans magnats del periodisme.”³⁹A més a més, McNair afegeix el següent:

“As a film about journalism ‘*Citizen Kane*’ articulates both the normative liberal ideal, in Kane’s youthful determination to represent the people before power, and the cynical reality, as an older, less principled Kane betrays his idealism in pursuit of personal power.”⁴⁰

Igualment, McNair també afirma que des de l’estrena d’aquesta pel·lícula, no hi ha cap altre pel·lícula en anglès que se centri en la figura d’un magnat mediàtic.

³⁶ “Orson Welles tenia llavors 24 anys i una trajectòria prestigiosa pels seus muntatges teatrals. (...) La seva tercera i definitiva temptativa, *Ciudadà Kane*, va veure per fi la llum després d’un complicat rodatge i nou mesos de muntatge, que ell mateix va realitzar.(...) La gent de Hollywood l’ha valorada des de llavors com la millor pel·lícula de tots els temps”.

³⁷ “America’s Most Critical Journal (since 1999)”

³⁸ “*Citizen Kane* no és la millor pel·lícula de tots els temps, ja que no té una història convincent. Kane és un èxit tècnicament sòlid, però té poc impacte emocional. No ens importen molt els personatges”. Geddes, D. (4 d’agost de 2012). *Citizen Kane: Not the Greatest Movie Ever*. *The Satirist*. Recuperat de: <http://www.thesatirist.com/films/CitizenKane.html>

³⁹ “The daddy of all movies about media barons is, of course, Orson Welles’ *Citizen Kane* (1941)”.

⁴⁰ “Com una pel·lícula sobre el periodisme, *Citizen Kane* s’articula amb l’ideal normatiu liberal, en la determinació de joventut de Kane per a representar el poble davant el poder, i la realitat cínica, quan és més vell, amb menys principis i Kane traïx el seu idealisme en la recerca de poder personal”. McNair, B., (2010), *Journalists in film. Heroes and Villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press. Pàgina 195.

4.3. ACE IN THE HOLE: L'ART D'INVENTAR NOTÍCIES

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>Ace in the Hole</i>
Títol a Espanya:	<i>El gran carnaval</i>
Any:	1951
Duració:	111 minuts
Idioma(s):	Anglès
País:	Estats Units
Direcció:	Billy Wilder
Guió:	Billy Wilder, Lesser Samuels, Walter Newman
Repartiment:	Kirk Douglas, Jan Sterling, Robert Arthur, Porter Hall, Frank Cady, Richard Benedict, Ray Teal, Lewis Martin, John Berkes
Premis:	Nominada al Òscar el 1951: Millor història i guió

1. Argument

Charles Tatum (Kirk Douglas) és un periodista veterà que arriba a un diari local d'Albuquerque després de treballar en altres diaris importants de Nova York. Però arran de la seva conducta poc professional, jutjat per calúmnies i havent assolit una mala reputació, Tatum necessita trobar una gran notícia que li permeti arribar més lluny que mai. Per tal d'aconseguir aquesta història que el faci triomfar, el periodista serà capaç de qualsevol cosa, fins i tot deixar morir un innocent sepultat en una cova.

2. Motius d'interès

2.1. La premsa sensacionalista i les històries d'interès humà

Al llarg de tot el film, Tatum fa referència a l'interès humà com a incentiu per a dur a terme la professió periodística. En la següent escena, per exemple, Tatum explica a Harbie que una notícia té més ressò social i mediàtic quan té un únic protagonista:

Tatum: One man's better than 84. Didn't they teach you that?

Harbie: Teach me what?

Tatum: Human interest. You pick up the paper, you read about 84 men or 284, or a million men, like in the Chinese famine. You read it, but it doesn't stay with you. One man's different. You wanna know all about him. That's human interest.⁴¹

⁴¹ -Tatum: Una persona és millor que 84, no t'ho han ensenyat? -Harbie: Ensenyar el què? -Tatum: Curiositat humana. Agafes un diari, llegeixes alguna cosa sobre 84 persones o 282, o un milió, com en les

2.2. Inventar i/o allargar la notícia

Quan Tatum es presenta al senyor Boot, el director del *Sun Bulletin*, no té cap mirament en revelar que és capaç de qualsevol cosa per aconseguir notícies, fins i tot inventar-se les tot fent referència al seu gran coneixement de la premsa: “I know newspapers backward, forward and sideways. I can write them, edit them, print them, wrap them and sell them (...) I can handle big news and little news. And if there’s no news, I’ll go out and bite a dog”.⁴²

Un cop Tatum ha tingut el primer contacte amb Minosa, ràpidament Tatum ja s’imagina els titulars i adverteix a Herbie que la història, la notícia és més “gran” que la de Floyd Collins, tot evocant la maledicció d’un faraó egipci quan intentaven saquejar la tomba: “King Tut in New Mexico. Curse of the old Indian chief. White man half buried by angry spirits. What will they do? Will they spare him? Will they crush him?”⁴³ Però Herbie, que encarna la innocència i la bona fe, encara no corromput per les idees de Tatum, està mostra molt preocupat per l’estat de salut del miner i no es vol creure la poca sensibilitat del periodista davant aquesta situació tan delicada:

Tatum: I don’t know. Floyd Collins lasted 18 days. I don’t need 18 days. If I just had one week of this... Oh, brother!

Herbie: You’re kidding, Chuck. You don’t really wish for anything like that.

Tatum: I’m no wishing for anything. I don’t make things happen. All I do is write about them.⁴⁴

2.3. L’aprenentatge del periodista: l’ofici s’aprèn al carrer

En el transcurs de la pel·lícula, Tatum dona lliçons al jove Herbie de com s’ha d’exercir la professió periodística, sempre deixant de banda la moral. D’aquesta manera, segons

èpoques de fam en Xina. Ho llegeixes però no t’afecta. Una sola persona és diferent. Això és la curiositat humana.

⁴² “Conec els diaris d’amunt a baix, sé escriure’ls, editar-los, imprimir-los i embalar-los (...) Sé tractar amb tot tipus de notícies i si no n’hi ha, surto al carrer i mossec un gos”.

⁴³ “El faraó Tut en Nou Mèxic. La maledicció del vell cap indi. Home blanc sepultat pels mals esperits. Què faran amb ell? El deixaran viure? Enfonsaran la cova?”

⁴⁴ **-Tatum:** “Floyd Collins va durar 18 dies. No necessito 18 dies. Si això tan sols durés una setmana... Déu meu! -Herbie: Bromeges, Chuck. No li desitges res semblant. **-Tatum:** No desitjo res de res. Jo no provocho els successos, l’únic que faig és contar-los.

Tatum per ser periodista no és necessari assistir a classes ni a cap escola de periodisme, perquè aquest ofici s'aprèn al carrer. Així, per exemple, quan comencen el viatge per a cobrir la celebració de la cacera de serps, Harbie se sorprèn per les idees tan esbojarrades de Tatum i aquest menysprea la formació de tres anys que va rebre Harbie per a ser periodista:

Tatum: Harbie, boy, how long did you go to that school of journalism?

Harbie: Three years.

Tatum: Three years down the drain. Me, I didn't go to any college, but I know what makes a good story. Because before I ever worked on a paper, I sold them on a street corner. You know the first thing I found out? Bad news sells best. Because good news is no news.⁴⁵

2.4. El periodista a la recerca de la notícia

La caracterització del protagonista apareix immediatament al principi de la història quan Tatum entra a la redacció del *Sun-Bulletin* i veu un quadre amb la següent frase bordada: “Tell the truth”. “Una frase interessant” dirà el protagonista, “ja m'agradaria escriure frases així”. A més a més, el periodista es presenta d'aquesta manera davant del seu nou cap:

“You'll glad to know that I've been fired from 11 papers with a total circulation of seven million, for reasons with which I don't bore you (...) I'm a pretty good liar. I've done a lot of lying in my time (mentre mira el brodat *Tell the truth*). I've lied to a man who wears belts. I've lied to men who wear suspenders. But I've never be so stupid as to lie a man who wears both belt and suspenders (...) In New York, a story of mine brought on a libel suit. In Chicago, I started something with the publisher's wife. In Detroit, I was caught drinking out of a season (...) Now, then I find myself in Albuquerque with no money. A burnt-out bearing, bad tyres and a lousy reputation (...) I've only one chance to get back there where I belong. To land a job on a small-town paper like yours and wait and hope and pray for something big to break, something I can latch on to, something the wire services will gobble

⁴⁵ -**Tatum:** Harbie, fill, quan temps vares passar en aquella escola de periodisme? -**Harbie:** Tres anys.

-**Tatum:** Tres anys tirats al fons. Jo no he anat a cap escola però sé quines notícies interessien perquè abans de treballar en un diari en venien pels cantons. I saps el primer que vaig aprendre? Les males notícies es venen millor, perquè una bona notícia no és notícia.

up and yell for more. Just one good beat, a Tatum special, and they'll roll out the red carpet. Because when we need you, they forgive and forget (...)"'.⁴⁶

D'altra banda, Lorrein, l'esposa de Minosa, també vol aprofitar-se de la situació per escapar del marit però el periodista no ho pot permetre perquè ja ha preparat i decorat tot l'escenari on l'esposa del sepultat està profundament afligida:

Tatum: Wanna hear what I wrote about you? "The grief-stricken wife with a tear-stained face, trying to fight her way into the cave to be at her husband's side.

Esposa: Tough. You'll just have to rewrite me.

Tatum: In a pig's eye. This is the way it reads best, this is the way it's gonna be. In tomorrow's paper and the next day's. It's the way people like it. It's the way I'm gonna play it.⁴⁷

Cada vegada arriben més turistes i l'accés abans gratuït a les coves s'ha convertit en una atracció turística, fins i tot amb un pàrquing improvisat per als visitants. Paral·lelament, Tatum contagia la seva visió al jove periodista Herbie, que comença a mirar més per al seu propi interès:

Herbie: We wired all the art, too. What a break for me. If this keeps up, maybe *Life* will go for it, or *Look*, one of those four-page spreads.⁴⁸

A més a més, Tatum també ha d'aconseguir que les autoritats estiguin de la seva part per tal d'aconseguir l'exclusiva. Així, Tatum acaba convencent al xèrif Kretzer (el qual inicialment no aprovava l'actitud de superioritat de Tatum) per tal que l'ajudi a seguir amb l'espectacle a canvi que el xèrif surti sigui reelegit en les pròximes eleccions:

⁴⁶ "Sóc un bon mentider, (mentre mira el brodat que també té el director i editor al seu despatx) he mentit molt en la meua vida, li he mentit a gent amb cinturó i a gent amb tirants, però mai vaig ser tan ximple com per mentir-li a algú que porta cinturó i tirants" (...) A Nova York vaig ser processat per calúmnies, a Chicago vaig tenir un embolic amb la dona de l'editor, a Detroit em van agafar bevent (...) Així que aquí estic, a Albuquerque, sense diners, amb un rodament romput, neumàtics desgastats i mala reputació (...) Només tinc una possibilitat de tornar al meu lloc: aconseguir un treball en un petit diari com el seu i resar i esperar a que surti alguna cosa grossa, alguna cosa a la que em pugui enganxar, alguna cosa que els interessi a les agències i exigeixin més. Un bon cop. L'Especial de Tatum i, llavors, catifa vermella. Quan et necessiten perdonen i obliden (...)"

⁴⁷ **-Tatum:** Escolta el que he escrit de tu. L'afligida esposa, amb la seva cara enrogada per les llàgrimes, vol entrar per estar al costat del seu espòs. **-Esposa:** Llavors haurà de tornar-ho a escriure. **-Tatum:** Ni parlar-ne. Aquesta és la millor manera de contar-ho i així seguiré. Això és el que li agrada llegir a la gent en el diari i jo els ho donaré".

⁴⁸ "També enviï fotos. Pot ser bo per jo. Si això continua tal vegada les demani *Life* o *Look* per a les seves pàgines centrals".

“Here we’ve got an ace in the hole (...) Now, how’s this, Sheriff? By tomorrow, I’ll have your name all over the paper. ‘The man who rushed here at the first cry for help to direct the rescue operation’. By Tuesday, everyone in the state will know you. ‘Gus Kretzer, the tireless public servant who never spares himself’. I’ll pite it on every day. Six days of this and I’ll make you a hero. The election’s in the bag. In the bag? The guys running against you will vote for you (...) Now here’s the deal. The way things look, there’s gonna be other newspaperman trying to horn in on this story. A lot of them. Maybe all the way from New York. This is my story. And I wanna keep it mine. You’re gonna help me”.⁴⁹

Igualment, amb l’ajuda ara també del xèrif, Tatum aconsegueix ajornar el seu rescat de Leo fins a una setmana, allargant així la notícia que ja s’ha difós per les ciutats i pobles més propers. Així, Boot s’assebenta del comportament de Tatum i decideix visitar-lo:

Boot: Tatum, you’ve been putting a halo around that Kretzer sheriff, so you could hog the whole story. That’s the setup, isn’t it?

Tatum: Oh. For a minute you had me scared. I thought I did something real bad.

Boot: You have. Kretzer should be kicked out, no re-elected. One of these days, I’ll get the facts and print them. I think he’s corrupt, rotten, not good.

Tatum: He’s good to me. So there will be one more crooked sheriff in the world. Who cares?

Boot: I do. I don’t make deals. Not my paper. Even i fit does sell 8,000 more a day.⁵⁰

Però Tatum adverteix a Boot que ja no treballa més per a ell:

Tatum: I’m not your kind of a newspaperman. I don’t belong in your office, not with that embroidered sing on the wall. It gets in my way.

Boot: Then it does bother you a little.

⁴⁹ “Escolta xèrif, demà el teu nom estarà al diari. L’home que es va afanyar a venir per a dirigir les operacions de rescat. Dimarts tot l’estat et coneixerà. Gus Kretzer, un servidor públic incansable que no escatima esforços. Insistiré amb això cada dia. En sis dies faré de tu un heroi. L’elecció està en les teves mans. Fins i tot els teus adversaris votaran per tu (...) Aquest és el tracte. Sembla que hi haurà altres periodistes intentant endur-se’n part de la història, molts, fins i tot de Nova York. Aquesta història és meva i seguirà essent meva. I tu m’ajudaràs”.

⁵⁰ **-Boot:** Tatum, ha fet del xèrif un heroi per acaparar la notícia. Aquest és el pla, veritat? **-Tatum:** Ja m’havia espantat, pensava que havia fet alguna cosa malament.

-Boot: I ho ha fet. A Kretcher l’han de fer fora, no reelegir-lo. Un d’aquests dies el desemascararé. Crec que és corrupte, podrit. **-Tatum:** Amb jo s’ha portat bé. A qui li importa que hi hagi un altre xèrif corrupte al món? **-Boot:** M’és igual, no m’importa. En el meu diari no faig tractes a costa de vendre 8.000 exemplars menys.

Tatum: Not enough to stop me. I'm on my way, and if it takes a deal with a crooked sheriff, that's all right with me. And if I have to fancy it up with an Indian curse and a broken-hearted wife for Leo, that's all right, too!

Boot: Not with me, it isn't. And not with a lot of others in this business. Phoney, below-the-belt journalism. That what it is.

Tatum: Not below the belt. Right in the gut, Mr Boot. Human interest.⁵¹

Llavors, Tatum fa fora el senyor Boot i adverteix a l'editor que no tingui llàstima pel noi, que ja té una edat per decidir i que, en la segona meitat del segle XX, s'ha d'avançar. Però Wood preguntarà: "Going where?"⁵²

Tatum està decidit a continuar amb l'espectacle i no permetrà que Leo Minosa mori perquè no ha promès un cadàver a la gent. Però ara ja és massa tard per canviar de tàctica, explica el cap dels miners. Arriba així l'inevitable final del circ de la manera més tràgica: amb la mort de Leo. Posteriorment, Tatum discuteix violentment amb Lorrein i aquesta, per defensar-se, li clava unes tisores a l'abdomen. Però això no impedeix a Tatum de continuar amb l'espectacle i anunciar la mort de Minosa, tot posant fi al circ que ell mateix havia muntat. Quan el periodista intenta donar l'autèntica notícia, que un reporter (referint-se a ell mateix) ha provocat la mort de Minosa, ningú l'escolta ja. Finalment, Herbie acompanya a Tatum a la redacció del *Sun-Bulletin*, on el periodista cau al terra sense vida mentre pronuncia les seves últimes paraules: "How'd you like to make yourself \$1,000 a day, Mr Boot? I'm \$1,000-a-day-newspaperman. You can have me for nothing".⁵³

3. Impacte i valor de la pel·lícula

Ace in the Hole és una de les grans pel·lícules que va dirigir el cèlebre director nord-americà, d'origen austríac, Billy Wilder. Són diversos els articles, ressenyes i, fins i tot,

⁵¹ **-Tatum:** No sóc el seu tipus de periodista. No m'adapto a la seva redacció i menys amb aquell cartell brodat que hi ha en la paret. M'estorba. **-Boot:** Llavors, li preocupa un poc. **-Tatum:** No com per aturar-me. Estic en el camí i no em preocupa fer tractes amb algun xèrif sense escrúpols i si he de redreçar-lo amb una maledicció índia i una esposa desconsolada tampoc m'importa. **-Boot:** A mi sí que m'importa. I a molta gent d'aquesta professió també. Això és periodisme baix, de cops baixos.

-Tatum: De cops baixos no, de cops directes a l'estómac senyor Boot. La curiositat humana.

⁵² "Avançar cap a on?"

⁵³ "Què li sembla guanyar 1000 dòlars per dia, senyor Boot? Sóc un periodista de 1.000 dòlars diaris però pot aconseguir-me per res".

estudis, llibres i tesis d'arreu del món que s'han dedicat a analitzar en profunditat aquest film. Així, per exemple, a Espanya la revista andalusa de comunicació *Ámbitos*⁵⁴ va dedicar un número a l'anàlisi d'aquesta pel·lícula, elaborat per l'acadèmic Peña Fernández. En aquest text, l'autor fa referència a *Ace in the Hole* com “l'ovella negra de la filmografia de Billy Wilder” explicant que “para el realizador vienés, *El gran carnaval* fue su proyecto más personal y también su primer gran fracaso comercial”.

D'altra banda, la recepció de la pel·lícula va ser molt diferent als Estats Units, on es va estrenar primer, que a Europa. En el primer cas, varen ser tan negatives i va ser tan gran el fracàs que la Paramount va intentar “salvar” el film canviant el nom original *Ace in the Hole* per *The Big Carnival*, tal com s'expressa en aquest mateix article.

La bona reputació i trajectòria de Wilder, que ja comptava amb l'Òscar al millor director per *The Lost Weekend* (1945) i dues nominacions més, no va impedir aquesta caiguda tan estrepitosa als Estats Units. Així, el prestigiós diari nord-americà *The New York Times* va condemnar la pel·lícula, considerant-la absurda i mal construïda amb una visió distorsionada de la professió periodística:

“(…) But, regrettably, in his demonstration of the tricks and deceits by which an unscrupulous newspaper reporter pyramids and prolongs a simple cave disaster into a nationally sensational tragedy, Mr. Wilder has let imagination so fully take command of his yarn that it presents not only a distortion of journalistic practice but something of a dramatic grotesque (...)”.⁵⁵ Tal com expressa també Peña Fernández en la seva tesi doctoral⁵⁶, l'actor Victor Desny va presentar l'1 d'octubre de 1951 una demanda per plagi contra Wilder i la Paramount. Però al cap de dos anys, el 1953, el jutge va desestimar el cas a favor de Wilder i la productora.

⁵⁴ Peña Fernández, Simón. (2013). El Gran Carnaval de Billy Wilder. Una advertencia sobre las historias de interés humano. *Ámbitos*, Enero-Junio. Recuperat de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16832253004#>

⁵⁵ Crowther, B. (30 de juny de 1951). The Big Carnival (1951) THE SCREEN IN REVIEW; Ace in the Hole, Billy Wilder Special, With Kirk Douglas, Arrives at Globe Theatre. *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9B04E7DC153DE731A25753C3A9609C946092D6CF>

⁵⁶ Peña Fernández, S P. (2011). Caballeros de la prensa. El periodisme en el cine de Billy Wilder (tesis doctoral). Universitat del País Basc, Leioa.

4.4. *ALL THE PRESIDENT'S MEN*: L'AUTÈNTIC PERIODISME D'INVESTIGACIÓ

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>All the President's Men</i>
Títol a Espanya:	<i>Todos los Hombres del presidente</i>
Any:	1976
Duració:	136 min.
País:	Estats Units
Director:	Alan J. Pakula
Guió:	William Goldman (Libro: Carl Bernstein & Bob Woodward)
Repartiment:	Robert Redford, Dustin Hoffman, Jason Robards, Martin Balsam, Hal Holbrook, Jack Warden, Jane Alexander, Ned Beatty
Premis:	1976: 4 Òscars: Secundari (Robards), guió ad., dir. artística, so. 8 nominacions

1. Argument

Carl Bernstein (Dustin Hoffman) i Bob Woodward (Robert Redford) són dos periodistes que treballen al *The Washington Post*. A partir de l'assalt a les oficines de Watergate del Partit Demòcrata a Washington, els dos reporters segueixen investigant per comprovar que l'assumpte és molt més important que un simple atracament, la qual cosa també precipitarà la dimissió del president Richard Nixon.

2. Motius d'interès

2.1. La precisió de la informació

Quan els periodistes Bob Woodward i Carl Bernstein se n'adonen que no es tracta d'un simple atracament en les oficines del Partit Demòcrata, els caps del *The Washington Post* insisteixen en la necessitat de tenir proves per a poder publicar la informació.⁵⁷ Perquè, tal com prossegueix l'editor del diari, les informacions no es poden basar en suposicions, sinó en fets: "I'm not interested in what you think is obvious. I'm interested in what you know."⁵⁸

⁵⁷ Harry M. Rosenfeld, editor del diari: "Is there any proof they were trying to bug the National Democratic Chairman?"

⁵⁸ "No m'interessa el que t'imagines. M'interessa únicament el que saps".

La precisió de la informació també apareix en la següent escena en què Woodward acaba de parlar amb la bibliotecària de la Casa Blanca:

Bradlee: There's no question you properly identified yourself?

Woodward: He said it right off the top.

Bradlee: Mitchell know he was talking to a reporter?

Woodward: Yeah, but I think I woke him.

Bradlee: Get good notes?

Woodward: Verbatim.⁵⁹

Així doncs, mentre el periodista està parlant amb la font, anota paraula per paraula la seva declaració, posant de manifest la inexistència de cap mena de manipulació de la informació. A més a més, els periodistes contrasten tota la informació abans de publicar-la. No és suficient tenir una font, sinó que n'han de tenir almenys dues.

2.2. El companyerisme entre periodistes i la gana d'escriure notícies importants

Al principi de la pel·lícula es presenten els dos protagonistes: Bob Woodward, com el periodista novell que no porta ni un any a la redacció; i Carl Bernstein que hi treballa des dels 16 anys. Quan Woodward passa els textos a Bernstein se n'adona que aquest els està corregint i va a parlar amb ell:

Woodward: What are you doing?

Bernstein: Polishing it a little.

Woodward: What? What's wrong with it?

Bernstein: Nothing. Nothing. It's good.

Woodward: Then what are you doing with it?

Bernstein: I'm just helping. It's a little fuzzy

Woodward: May I have it.

Bernstein: I don't think you're saying what you mean.

Woodward: I know exactly what I mean

Bernstein: Not there, I can tell from this weather... Hunt works for Colson or Colson works for Hunt.

⁵⁹ -**Bradlee:** T'has identificat amb claredat? -**Woodward:** És el primer que he fet. -**Bradlee:** Llavors Mitchel sabia que parlava amb un periodista? -**Woodward:** Sí, però crec que l'he despertat. -**Bradlee:** Has pres notes? -**Woodward:** A peu de lletra.

Woodward: May I have it, please?

Bernstein: Yes. I'm not looking for a fight.

Woodward: I'm not looking for a fight, either.

Bernstein: I'm just aware of the fact that you've only been here nine months.

Woodward: What's that got to do with anything?

Bernstein: I've been in the business since I'm 16.

Woodward: What are you saying?

Bernstein: I'm trying to tell you that if you'd read mine and then read yours...

(...)

Woodward: You're right. Yours is better. ⁶⁰

En aquesta escena, doncs, es posa de manifest la bona relació entre els dos periodistes i el companyerisme entre el periodista veterà i el novell. No hi ha competitivitat, sinó solidaritat. En un altre moment del film es mostra també la inexperiència del reporter que està començant a treballar i que necessita una oportunitat per a millorar i poder escriure notícies de més rellevància. Aquí estan conversant Howard, el cap de redacció, i Harry, l'editor:

Howard: What is the matter with you? You told me yourself you were going to fire him last month.

Harry: Look, he wants on the story bad. They both do! He knows a lot of people. Howard, they're hungry! You remember when you were hungry? ⁶¹

2.3. El secret professional

Aquest un dels temes principals que es plantegen en la pel·lícula. Bob Woodward té una font misteriosa, "Garganta profunda" (el cita en un garatge, completament fosc, de

⁶⁰ -**Woodward:** Què estàs fent? -**Bernstein:** Polint això. -**Woodward:** Què? Què té de dolent? **Bernstein:** Res. Res. Està bé. -**Woodward:** Llavors quines pegues li trobes? -**Bernstein:** Només estic ajudant. Li falta ganxo. -**Woodward:** Dóna-me'l. -**Bernstein:** Crec que no acertes a dir el que vols dir. **Woodward:** Sé exactament el que vull dir. -**Bernstein:** És confós. No s'entén si Hunt treballa per Colson o Colson treballa per Hunt. -**Woodward:** M'ho dones, per favor? -**Bernstein:** Sí. No estic cercant baralla. -**Woodward:** Sí, jo tampoc en cerc. -**Bernstein:** Apenes portes nou mesos aquí. -**Woodward:** I això què té a veure? -**Bernstein:** Jo estic aquí des dels 16. -**Woodward:** Què estàs dient? -**Bernstein:** Molt senzill. T'estic intentant dir que si llegeixes el teu i el compares amb el meu... -**Woodward:** Tens raó. El teu és millor.

⁶¹ -**Howard:** Llavors, què més vols? No vares dir tu mateix fa un mes que el despediries? -**Harry:** Escolta, s'està matant el pobre noi. Els dos! Coneix un munt de gent. Howard, tenen gana! T'enrecordes quan tu tenies gana?

manera que no li pot veure la cara) que li dóna pistes per a seguir investigant pel bon camí. El pacte que fan és que el periodista no podrà dir mai el seu nom ni fer referència a les converses que mantenen: I'll never quote you. I wouldn't quote you ever as an anonymous source. You'd be on deep background. You can trust me. You know that".⁶²

D'altra banda, al llarg de la pel·lícula veiem com els dos periodistes entrevisten a moltes fonts per a obtenir el màxim d'informació. A vegades aquestes fonts, en tractar-se d'un tema tan delicat com és la suposada corrupció del president Nixon, es mostren poc inclinades a contestar les preguntes dels periodistes. Per això, Woodward i Bernstein proposen alguns “jocs”, algunes tècniques per a què l'entrevistat no hagi de parlar. Per exemple, el periodista compta fins a deu i, si és veritat, el testimoni no penja el telèfon; i negar o afirmar amb el cap.

Gràcies al bon treball de Woodward i Bernstein, poc a poc van caient tots els homes del president, implicats en el famós cas Watergate i, fins i tot, el President Nixon es veu obligat a dimitir.

3. Impacte i valor de la pel·lícula

All the President's Men va aconseguir un gran reconeixement per part de tots els mitjans i va estar guardonada amb 4 Òscars, entre els quals es trobava el premi al millor guió. El seu director, Alan J. Pakula havia començat la seva trajectòria cinematogràfica com a productor.

L'any 1962 va treballar en *To Kill a Mockingbird* (*Matar a un ruiseñor*), que va rebre l'Òscar a la millor pel·lícula. I el 1969 va dirigir el seu primer film: *The Sterile Cuckoo* (*El Cuco Estéril*) nominada a dos Òscars. Però amb *All the President's Men*, basada en la història que Carl Bernstein i Bob Woodward varen escriure sobre el cas Watergate, va tenir el major èxit. Posteriorment, també va tenir molt bones crítiques amb *Sophie's Choice* (*La Decisió de Sophie*), estrenada el 1982.

⁶² “Mai el descobriré. Mai mencionaré les nostres converses. En aquest aspecte pot estar ben segur. Confïi amb jo sense dubtar-ho.”

Amb motiu de la mort de Bradlee, el director del *The Washington Post*, alguns mitjans varen recordar la pel·lícula. Per exemple, *El Mundo* elogiava la transcendència d'aquest film:

“Sólo *Todos los Hombres del Presidente*, treinta y tantos años después, nos parece hoy una película importante, citada en los últimos tiempos, por Stephen Soderbergh y Pablo Malo, por poner dos ejemplos.”⁶³

D'altra banda, el *The New York Times* destaca la precisió de la història que es relata envers els fets reals:

“Newspapers and newspapermen have long been favorite subjects for movie makers (...) All *The President's Men*, the riveting screen adaptation of the Watergate book by Carl Bernstein and Bob Woodward, has any film come remotely close to being an accurate picture of American journalism at its best.”⁶⁴

⁶³ “Només *Tots els Homes del President*, trenta anys després, ens sembla avui una pel·lícula important, citada en els últims temps per Stephen Soderbergh i Pablo Malo, per posar dos exemples.”

⁶⁴ “Els periòdics i periodistes han estat favorits Durant molt temps per als directors de cinema. (...) *Tots els Homes del President*, l'adaptació a la pantalla del fascinant llibre de Watergate escrit per Carl Bernstein i Bob Woodward, cap pel·lícula es queda tan prop de ser un quadre exacte del periodisme americà en el seu millor moment.”

4.5. NETWORK: LES NOTÍCIES NECESSITEN IMAGINACIÓ

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>Network</i>
Títol a Espanya:	<i>Network, un mundo implacable</i>
Any:	1976
Duració:	121 min.
País:	Estats Units
Director:	Sidney Lumet
Guió:	Paddy Chayefsky
Repartiment:	Faye Dunaway, William Holden, Peter Finch, Robert Duvall, Beatrice Straight, Wesley Addy, Ned Beatty, Arthur Burghardt
Premis:	1976: 4 Òscars: Actor (Finch), actriu (Dunaway), actriu secundària (Straight), guió original

1. Argument

Howard Beale (Peter Finch) és un veterà presentador d'informatius de la UBS que, en baixar l'audiència, és despedit. Davant això, Beale promet suïcidar-se en directe. Però, en comptes de fer-ho, Beale comença a divagar sobre Amèrica i la democràcia i rep una gran resposta per part dels ciutadans. Però quan el presentador critica la compra de la cadena per part d'una gran corporació, els executius intentaran desfer-se d'ell. “Aquesta és la història de Howard Beale, el primer home assassinat per la seva baixa audiència”, informa al final de la història una veu en off.

2. Motius d'interès

2.1. Renovar-se o morir

La història comença amb la conversa entre dos amics i veterans companys periodistes: Max Schumacher i Howard Beale. Aquest últim es troba en un punt d'inflexió en la seva trajectòria professional, ja que l'audiència del seu programa ha baixat considerablement. Per això, el que inicialment és un joc i una broma entre amics, acaba amb la decisió de Beale de pegar-se un tret al cap mentre presenta el programa en directe. Així ho comunica a tots els telespectadors en el programa:

“I would like, at this point, to announce that I will be retirin from this programme. Since this show was the only thing I had going for me in my life. I have decided to kill myself. I'm going to blow my brains out, right on this programme, a week from today. So tune in next

Tuesday. That should give the public-relations people a week to promote the show. We ought to get a hell of a rating out of that. A 50 share, easy.”⁶⁵

Aquest anunci genera una gran expectació i la seva popularitat creix de forma espectacular. Diana Christensen, la responsable de la programació de la cadena UBS, està obsessionada amb aconseguir la màxima audiència i, en veure en Beale aquesta oportunitat, decideix explotar-lo. Un exemple d'aquesta dèria és l'escena en què Christensen explica quin tipus de programació vol a partir d'un vídeo d'uns atracadors que es graven a ells mateixos mentre cometen el robatori:

“He’s got about eight minutes of a bank robbery that is absolutely sensational. Authentic stuff –actually shot while the robbery was going on! (...) This is really terrific footage. I think we can get a hell of a movie of the week out of it. Maybe even a series. (...) I’ve been telling you since I took this job six months ago that I want angry shows. I don’t want conventional programming. I want counterculture. I want anti-Establishment. (...) but when I took over, this department had the worst programming record in history. This network hasn’t one show in the top 20. This network is an industry joke.”⁶⁶

2.2. L'espectacularització de la informació

Però la baixada d'audiència no només afecta al programa de Howard Beale, sinó que tota la secció informativa té una recepció molt baixa, tal com adverteixen els executius de la UBS en una reunió:

“The division producing the lowest rate of return has been the news division with its \$98 million budget and its average annual deficit of 32 million. Historically news divisions are expected to lose money, but to our minds this philosophy is a wanton fiscal affront to be resisted. The new plan calls for local news to be transferred to owned stations divisions.

⁶⁵ “Senyores i senyors, amb gran pesar he d'anunciar-los que d'aquí dues setmanes em retiraran d'aquest programa per la seva baixa audiència. Aquest treball ha estat la cosa més important de la meua vida, per això he decidit llevar-me-la. Em saltaré la tapa del cervell en aquest mateix programa d'aquí una setmana. Així que sintonitzin el pròxim dimarts. Els de relacions públiques tindran una setmana per promocionar el xou. El nivell de popularitat pujarà, serà emocionant i divertit.”

⁶⁶ “Tenim uns vuit minuts d'un atracament a un banc que és absolutament sensacional. Completament autèntic filmat mentre estaven fent el robatori. (...) és terriblement graciós. Pot ser una pel·lícula fantàstica. Fins i tot convertir-la en una sèrie. (...) He estat dient repetidament des que vaig entrar fa sis mesos que vull programes forts. No vull una programació convencional. Vull contra cultura. Vull anti institució. (...) Però quan vaig prendre aquest programa, aquest departament tenia la pitjor programació de la història de la televisió. Cap dels nostres programes està classificat. Som el riure de la indústria.”

News radio would be transferred to the UBS radio division, and in effect the news division would be reduced from an independent division to a department accountable to network.”⁶⁷

D’aquesta manera, per tal de recuperar l’audiència, el programa de notícies de Howard Beale es converteix en un circ, en un espectacle on el presentador divaga sobre els americans i la democràcia amb un discurs en què Beale mostra la seva ira envers el món. Però el contingut no és el més important, sinó que el programa sigui el número u entre els telespectadors.

Però, tal com passa sovint en televisió, el programa deixa de ser una novetat i l’audiència torna a baixar. Així, Frank Hackett, el cap de la cadena de televisió UBS, parla amb els altres membres de la corporació per convèncer-los d’una nova reforma del programa de Beale per a pujar l’audiència: “We’re a whorehouse network and we have to take whatever we can get.”⁶⁸

Així, tal com expressa la veu en off: “Només era una novetat que començava a cansar els telespectadors”. Per tal de millorar la situació, Diana Christensen, la responsable de la programació, proposa afegir al programa de Howard una pitonissa que endevini les notícies del dia següent. D’aquesta manera, segons el seu raonament, els telespectadors voldran comprovar el dia següent, a través de la cadena, si les prediccions s’han complertes. Perqupe tal com explica: “La televisió és un negoci d’espectacle. I fins i tot les notícies necessiten un poc d’imaginació per a presentar-les”.⁶⁹

Un altre exemple d’aquesta espectacularització de la informació es produeix quan el narrador explica: “By October the Howard Beale show had settled in on a 42 share more than equalling all the other network news shows combined. (...) A phenomenal State of affairs for a news show”.⁷⁰ Però lluny de tractar-se d’un programa informatiu, aquest s’acosta més al circ, on tot val i la informació és el menys important. S’apel·la

⁶⁷ “La secció que ha produït el nivell de percentatge de beneficis més baix és el de les notícies amb un pressupost de 98 milions i un dèficit anual de 32 milions. Sé que sovint amb els serveis informatius perden diners però segons el meu parer aquesta filosofia és una ofrena econòmica que s’ha de resistir. El nou pla consisteix en traslladar les notícies locals a les emissores regionals. Les notícies de ràdio serien traslladades al departament de ràdio de la UBS i la secció de notícies quedaria reduïda en una secció independent enfront la cadena de televisió.”

⁶⁸ “No som una cadena respectable, som un prostíbul i hem d’acceptar tot el que puguem aconseguir”

⁶⁹ “And even the news has to have a little showmanship”.

⁷⁰ “A mitjans d’octubre el programa de Howard BEale havia aconseguit una audiència del 42%, superant tots els altres programes informatius. (...) Un vertader prodigi per tractar-se d’un programa informatiu”.

constantment a l'emoció i els sentiments més visceral i baixos de l'ésser humà. Així, el punt culminant arriba quan s'incorpora una pitonissa al programa que endevinarà les notícies que succeiran en un futur proper.

Da'ltra banda, arran de la mort de Rudy, el responsable de la cadena de televisió UBS, Beale aprofita l'ocasió per criticar durament l'analfabetisme dels ciutadans i proclamar que “la televisió és una fàbrica per a matar l'avorriment”:

So, a rich little man with white hair died. What has that got to do with the price of rice, right? And why is that woe to us? Because you people and 62 million other Americans are listening to me right now. Because less than three per cent of you people read books. Because less than 15 per cent of you read newspapers. Because the only truth you know is what you get over this tube. (...) This tube is the gospel! The ultimate revelation! This tube can make or break presidents, popes, prime ministers. It is the most awesome goddamn force in the whole godless world. (...) Television is not the truth. Television's a goddamned amusement park. Television is a circus, a carnival, (...) We're in the boredmon-killing business. (...) We'll tell you any shit you want to hear.⁷¹

2.3. La imitació del comportament

Quan en un programa Beale s'aixeca i crida: “Estic més que fart i no vull seguir suportant-ho”, convida tots els telespectadors a que el segueixin i treguin el cap per la finestra i que xisclin també ben fort les mateixes paraules:

“I want you to get up now. I want all of you to get up out of your chairs. I want you to get up right now and go to the window, open it and stick your head out and yell: “I'm as mad as hell and I'm not going to take this any more!”⁷²

⁷¹ “Bé, un homenet ric de cabell blanc ha mort. I això què té a veure amb el preu de l'arròs? I per què dir ai de nosaltres? Perquè tots vosaltres i uns altres 62 milions d'americans m'estan escoltant ara mateix. Perquè menys del 3% de vosaltres llegeix llibres. Perquè menys del 15% llegeix diaris. Perquè l'única veritat que senten és la que es transmet per televisió. (...) La televisió és l'evangeli! És l'última revelació! El televisor pot ser la fortuna o la ruïna de presidents, papes, primers ministres. El televisor té el el major i maleït poder que existeix en el nostre desorientat món. (...) La televisió no és la veritat. La televisió és un maleït parc d'atraccions. La televisió és un circ, un carnaval (...) És una fàbrica per a matar l'avorriment. (...) Els contarem totes les ximpleries que vulguin escoltar.”

⁷² “Vull que s'aixequin ara tots de les seves butaques. Vull que s'aixequin i que vagin cap a la finestra, l'obrin i treguin el cap fora cridant: Estic més que fart i no vull seguir suportant-ho!”.

I així ho fan tots els telespectadors. Sense pensar-ho ni un moment, tots els veïns treuen el cap per la finestra i criden ben fort i diverses vegades aquestes paraules, tot conformant un clima de bogeria que s'expandeix cada vegada més. Ningú és conscient ni sap el que diu, però això poc importa. Tots estan furiosos.

2.4. El poder corporatiu

Davant la gran baixada d'audiència dels informatius i del programa de Beale en concret, la UBS és comprada per una gran corporació, la CCA. Arthur Jensen, el propietari d'aquesta, adverteix a Beale que tot gira en torn al negoci: “The world is a college of corporations inexorably determined by the immutable bylaws of business. The world is a business, Mr Beale”.⁷³

Posteriorment, en un programa, Beale destapa una operació de venda que realitza la CCA. Arran d'això, volen despedir el veterà presentador però no troben la manera de fer-ho. Així, preparen un espectacle per assassinar Beale en directe. La seva mort, o millor dit, el seu assassinat, es mescla amb la publicitat de la televisió. D'aquesta manera, tal com explica el narrador en veu en off, Beale constitueix “el primer cas d'un home que va morir assassinat perquè va baixar el seu índex de popularitat”.⁷⁴

3. Impacte i valor de la pel·lícula

Sidney Lumet, director, productor i guionista nord-americà compta amb 50 anys de trajectòria professional. *Network* és una de les seves pel·lícules més conegudes, a banda de *12 Angry Men* (1957), *Murder on the Orient Express* (1974) i *Before the Devil Knows You're Dead* (2007), entre moltes altres. Les crítiques que va rebre aquesta pel·lícula varen ser, en general, molt positives. Per exemple, el *New York Times* lloava la interpretació dels actors i el tractament de la història narrada:

“Network can be faulted both for going too far and not far enough, but it's also something that very few commercial films are these days. It's alive. This, I suspect, is the Lumet drive. It's also the wit of performers like Mr. Finch, Mr. Holden, and Miss Dunaway. As the crazy

⁷³ “El món és un col·legi de corporacions inexorablement dirigides pels estatuts immutables dels negocis. El món és un negoci, Mr Beale”.

⁷⁴ “The first known instance of a man who was killed because he had lousy ratings”.

prophet within the film says of himself, Network is 42onne and flashing. It's 42onnected into life.”⁷⁵

D'igual manera, el prestigiós *The Guardian* reconeix la importància d'aquesta pel·lícula que perdura més enllà de la seva època:

“The leading critics (Pauline Kael among them) sneered at Network, but it endures (wide 1970s lapels and all) as a brave, outspoken work that brought Oscars to Dunaway and to Beatrice Straight as Holden's long-suffering wife, and a posthumous best actor Oscar for Finch. The film was a controversial success, but that year's Academy award went to the populist crowd-pleaser Rocky, not to All the President's Men, Taxi Driver or Network.”⁷⁶

D'altra banda, els mitjans espanyols no fan gaire cas a la pel·lícula en el seu moment, però quan Lumet mor a l'any 2011, molts li fan un homenatge. Per exemple, *El País* fa referència a *Network* com una de les grans pel·lícules, encara vigents, que mostren el món de la televisió en la seva decadència:

“*Network. Un mundo implacable* (1976) (...) es todavía uno de los retratos más devastadores que se han hecho del mundo de la televisión y se rodó antes de que la telerrealidad asaltase las pantallas.”⁷⁷

⁷⁵ “*Network* pot ser criticada tant per anar massa lluny i com no prou, però també és un aspecte que molt poques pel·lícules comercials tenen avui dia. Aquesta viu. Això, sospito, és la unitat de Lumet. És també l'enginy dels artistes com el senyor Finch, el senyor Holden, i la senyoreta Dunaway. Com el profeta boig dins de la pel·lícula diu de sí mateix, *Network* és viva i fa parpellejar. Està connectada a la vida.” Canby, V. (15 de novembre de 1976). *Network*. *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=EE05E7DF173CB82CA6494CC1B7799A8C6896>

⁷⁶ “Els principals crítics (Pauline Kael entre ells) es burlaven de *Network*, però aquesta perdura (1970) com una obra valenta, franca que va portar l'Òscar a Dunaway i a Beatrice Straight com soferta esposa de Holden, i també l'Òscar al millor actor pòstum a Finch. La pel·lícula va ser un èxit de controvèrsia, però el premi de l'Acadèmia d'aquest any va anar a la populista multitud-complaent *Rocky*, no *All the President's Men*, *Taxi Driver* o *Network*. French, P. (12 d'abril de 2015). *Network* review – Philip French on Paddy Chayefsky and Sidney Lumet's enduring satire. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2015/apr/12/philip-french-classic-dvd-network-sidney-lumet-faye-dunaway-peter-finch>

⁷⁷ “*Network. Un mundo implacable* (1976) amb Robert Duvall, Faye Dunaway i William Holden, és encara avui un dels retrats més devastadors que s'han fet del món de la televisió i es va rodar abans que la telerealtà arribés a les pantalles.” Altares, G. (10 d'abril de 2011). *Queda la consciència implacable. El País*. Recuperat de: http://elpais.com/diario/2011/04/10/cultura/1302386402_850215.html

4.6. THE KILLING FIELDS: PERIODISME DE GUERRA

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>The Killing Fields</i>
Títol a Espanya:	<i>Los gritos del silencio</i>
Any:	1984
Duració:	136 min.
País:	Regne Unit
Director:	Roland Joffé
Guió:	Bruce Robinson
Repartiment:	Sam Waterston, Haing S. Ngor, John Malkovich, Julian Sands, Craig T. Nelson, Spalding Gray, Bill Paterson, Patrick Malahide
Premis:	1984: 3 Òscars: Millor actor secundari (Haing S. Ngor), fotografia i muntatge.

1. Argument

El 1973 el *The New York Times* envia com a corresponsal de guerra a Cambodja el periodista Sydney Schanberg (Sam Waterson). Allà coneix a Dith Pran (Haing S. Ngor), un periodista natiu que l'ajuda a arribar als llocs arrasats pels bombardejos. Però quan el perill és imminent, els periodistes han de tornar al seu país d'origen. Shanberg, els altres periodistes americans i la família de Pran aconsegueixen fugir però Pran és reclutat durant uns anys en un camp de concentració.

2. Motius d'interès

2.1. Escriure enmig d'una guerra i el perill de ser periodista

La història comença amb el retard de l'avió de Schanberd cap a Cambodja, on l'espera qui serà el seu guia i intèrpret, Dith Pran. La causa d'aquesta imputualitat és el bombardeig que s'ha produït per part dels nord-americans. En els primers moments de la pel·lícula, es mostra com Schanberg està parlant amb un company seu fotoperiodista i, de sobte, explota una bomba just al costat. Ben aviat el fotoperiodista s'afanya a fotografiar la tràgica escena: ferits i cadàvers mutilats, els plors dels nens, etc. No es mostra sorprès, sinó que actua amb tota naturalitat.

Neak Luong, la ciutat afectada per aquests bombardejos ha quedat devastada. Quan per fi aconsegueixen arribar, després de negociacions de Pran amb els militars, es veu la

població sotmesa a la destrucció de la guerra. Fins i tot algunes víctimes d'aquest desastre demanen que faci fotos i que els ajudi.

Dos anys després, Pran, que ja s'ha convertit en un fidel amic de Shanberg, comenta a aquest que la seva esposa està preocupada perquè estan començant a fugir periodistes del país:

Pran: My wife is very worried. She thinks all foreign journalists are going to leave Cambodia.

Shanberg: Well, Pran I'd feel kind of stupid trying to cover this war from a desk in Bangkok.⁷⁸

Així doncs, en aquesta escena també es mostra la importància de cobrir els successos des del mateix lloc on ocorren i no en una oficina aïllada i llunyana del conflicte. D'altra banda, quan Shanberg està escrivint l'article per a enviar a Nova York, Pran li adverteix que no podrà enviar-lo fins més tard:

Pran: They don't transmit today. The transmitter at Kambol got hit. They say 6 p.m. We can file.

Shanberg: 6 p.m.? What do you think this is? A monthly magazine? This is a newspaper.⁷⁹

Aquí també es posa de manifest la importància de la immediatesa, d'observar el que passa per a immediatament escriure-ho i que es publiqui.

2.2. L'estreta relació entre periodistes

Quan es comença a complicar la situació i ja hi ha alguns periodistes que estan fugint, Pran i Shanberg han de prendre la decisió de si marxar o quedar-se per a seguir cobrint el conflicte. Shanberg pregunta a Pran què farà però aquest primer vol saber què ha decidit el seu company. Pran confessa entre llàgrimes que l'estima com si fos família

⁷⁸ **-Pran:** La meua dona està molt preocupada. Creu que tots els periodistes marxaran de Cambodja. **Shanberg:** Bé, Pran crec que em sentiria estúpid intentant cobrir aquesta guerra des d'un despatx de Bangkok.

⁷⁹ **-Pran:** No transmeten avui. Una explosió ha afectat el transmissor de Kambol. Diuen que a les sis podrem fer-ho. **-Shanberg:** A les sis? Però tu què et penses que és això? Una revista mensual? És un diari!

seva i que ell també és periodista: “You love my family. But me, I’m reporter too.” D’aquesta manera, ambdós reporters decideixen quedar-se.

Però els khmers rojos ja controlen la capital, Phnom Penh i l’evacuació dels periodistes és imminent. Quan arriba aquest momenten què els periodistes han de fugir de Cambodja, Shanberg i els altres companys fan tot el possible per a que Pran i la seva família pugui anar-se’n amb ells. Però finalment, el passaport fals que havien fet per a Pran no serveix i aquest és obligat a quedar-se tot sol enmig de la guerra.

Sota el règim dels khmers rojos, Pran és reclutat en un camp de concentració. Mentrestant, Shanberg és a Nova York preocupat pel seu amic del que no se sap res. A més a més, Shanberg rep un important premi com a periodista i el dedica a Pran:

“Anyone who knows my work will know that half of this belongs to Dith Pran. Without Pran, I wouldn’t have be able to file half the stories I did. It’s nice to congratulate ourselves on occasions like this. But I can’t stand here tonight without thinking of those innocent people Pran dedicated himself to helping me bring to the notice of the public. As they pondered their options in the White House the men who decided to bomb and then to invade Cambodia concerned themselves with many things: Great power conflicts and collapsing dominoes looking tough and dangerous to the North Vietnamese, relieving pressure on the American troop withdrawal from the South. They had domestic concerns as well which helps explain why they kept the bombing of Cambodia a secret. And they may be assumed not to have ignored self-interest in their own careers. What they specially were not concerned with were the Combodians themselves. Not the people, not the society, not the country, except in the abstract as instrument of policy. Dith Pran and I tried to record and bring home the concrete consequences of these decisions to real people. (...)”⁸⁰

⁸⁰ “Tot aquell coneix la meva feina sap que la meitat d’ell correspon a Dith Pran. Sense Pran jo no hagués pogut escriure la meitat de les cròniques que vaig escriure. Està bé que ens felicitem en ocasions com aquesta. Però no puc parlar aquí aquesta nit sense recordar totes les persones innocents a les quals Pran es va entregar per ajudar-me a exposar els seu sofriment al poble nord-americà. Quan sospesaren les seves opcions a la Casa Blanca, els homes que varen decidir bombardejar i llavors envair Cambodja varen tenir presents moltes coses: els grans enfrontaments de poder i la teoria del dominó, donar una imatge de duresa i de perillositat als vietnamites del nord, alleugerar la pressió sobre les tropes americanes que es retiraven del sud. Varen pensar també en la reacció d’aquest país la qual cosa contribueix a explicar per què varen mantenir en secret el bombardeig de Cambodja fins que varen poder. I és de suposar que tampoc oblidarien els seus interessos de les seves pròpies carreres polítiques. L’única cosa que no varen tenir en compte varen ser els mateixos cambodjans. Ni el poble ni la societat ni el país. Excepte en abstracte com a instruments de la seva política. Dith Pran i jo vàrem intentar relatar i fer veure al món les conseqüències concretes que varen tenir aquelles decisions per a les persones reals. (...)”

Després de quatre anys desapareguts, Pran aconsegueix escapar i dona senyals de vida. Quan Schanberg viatja a Cambodja per retrobar-se amb el seu amic, li demana perdó. Tal vegada quan Pran va decidir quedar-se, Schanberg li hauria d'haver insistit per a què marxés amb la seva família. Finalment, el 9 d'octubre de 1979 Pran torna a Amèrica amb Schanberg. El primer treballa com a fotògraf en el New York Times i l'altra com a columnista del mateix diari.

3. Impacte i valor de la pel·lícula

Aquest és el primer film que ha dirigit l'anglès Roland Joffé. Tot i que cap de les seves pel·lícules ha aconseguit cap Òscar, ha estat nominat dues vegades com a millor director per *The Killing Fields* (*Los Gritos del Silencio*) el 1984 i per *The Mission* (*La Missió*) dos anys més tard.

En general *The Killing Fields* va rebre bones crítiques. No obstant això, el *The New York Times*, per exemple, valora negativament el tractament de la història en tant que no se centra en l'amistat entre ambdós periodistes:

“Unfortunately, the most moving aspect of *The Killing Fields* is not the friendship, which should be the film's core, but the fact that the friendship never becomes as inspiring as the one Mr. Schanberg recalled in his own searching, unhackneyed prose.”⁸¹

Per la seva banda, *The Guardian* considera el film com una obra mestra:

“Roland Joffé's 1984 masterwork is a solid piece of historical film-making, capturing factual detail without sacrificing fine storytelling.”⁸²

⁸¹ “Lamentablement, l'aspecte més commovedor de la pel·lícula no és l'amistat, que ha de ser el nucli de la pel·lícula, pel fet que l'amistat mai arriba a ser tan inspirador com un Sr. Schanberg que va recordar la seva pròpia recerca, la prosa inèdita.”

⁸² “L'obra mestra de Roland Joffé de 1984 és una peça sòlida
es una pieza sólida de hacer cine histórico, captura los detalles de hechos sin sacrificar fina narración.

4.7. VERONICA GUERIN: DEIXAR-SE LA VIDA PER LA PROFESSIÓ

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>Veronica Guerin</i>
Títol a Espanya:	<i>Veronica Guerin</i>
Any:	2003
Duració:	96 min.
País:	Irlanda
Director:	Joel Schumacher
Guió:	Carol Dole & Mary Agnes Donoghue
Repartiment:	Cate Blanchett, Ciaran Hinds, Gerard McSorley, Brenda Fricker, Don Wycherley, Barry Barnes, Simon O'Driscoll, Emmet Bergin
Premis:	2003: Globus d'Or: Nominada a Millor actriu drama (Cate Blanchett)

1. Argument

Veronica Guerin (Cate Blanchett) és una periodista irlandesa del diari *Sunday Independent* que ha pres consciència de la greu situació que està vivint el país. En aquell moment, al 1994, el tràfic de drogues va arribar al punt més àlgid en la història d'Irlanda i 15.000 persones s'injectaven heroïna cada dia i, d'entre ells, menors de fins a 14 anys. La periodista arriba a enfrontar-se cara a cara amb els gàngsters i rep fortes amenaces perquè no segueixi publicant tot el que està passant en el món del narcotràfic.

2. Motius d'interès

2.1. Informar d'un tema delicat en una situació complicada

Al principi de la pel·lícula, en fons negre, apareixen uns rètols explicatius que ajuden a l'espectador a contextualitzar la història en un temps i un espai determinat:

“(…) That year Veronica Guerin, a journalist known for reporting church scandals and corporate corruption, started writing about crime. Her work brought her face to face with gangsters but she couldn't connect them to drugs until her investigations led her deeper into their world.”⁸³

⁸³ “(…) Aquell any Veronica Guerin, una periodista coneguda pels seus reportatges sobre escàndols de l'Església i la corrupció empresarial, va començar a escriure sobre el crim. El seu treball li va portar cara a cara amb els gàngsters però no podia relacionar-los amb les drogues fins que les seves investigacions la van portar més profundament en aquest món”.

D'aquesta manera, es posa de manifest des del començament la dificultat d'informar sobre un tema tan delicat i tan important com són les drogues i, sobretot, com ho eren en aquells moments. De fet, en els primers minuts de la pel·lícula, el marit de la periodista, Jimmy, li pregunta què li preocupa, en notar-la distreta, a la qual cosa ella respon directament, fent referència a la impotència en adonar-se de la situació que està vivint la ciutat:

“It’s bollocks, what I’m writting. (...) It’s light. It’s human interest. It’s bollocks. What a state, on the street. There were needles everywhere. Right were the kids were playing. You should have seen these wankers. Standing there with their new Mercedes. How many ££5 hits of dope do you need to shift in order o buy a new Mercedes? Do the math. How many kids is that? Nobody’s writing about it. Nobody cares. Somebody needs to get after these bastards. They’re making megabucks. That’s what I should be writing about. That wouldn’t be bollocks”.⁸⁴

Així doncs, aquí la periodista confessa que fins aleshores no havia estat implicada, professionalment com a periodista, en cap assumpte tan seriós com ho és el narcotràfic i que algú hauria d'aturar els peus a aquests mafiosos que s'estan enriquint a costa de morts de milers de joves. En aquest moment, la periodista es posa en marxa per a intentar, almenys, millorar la situació.

D'igual manera, al llarg del film es mostra la importància per a un periodista de tenir fonts fiables per a poder informar sobre el tema en qüestió. I això s'aconsegueix amb confiança i, moltes vegades, amb diners i favors de diversos tipus. Per exemple, des del començament de la investigació, Guerin es dirigeix a unes cases on molts joves es droguen. A un d'ells, sorpresa per l'aspecte tan juvenil, li demana l'edat i el jove es molesta i li reprèn:

Guerin: I’m writing a piece for the paper. I wanna know where you get the gear.

⁸⁴ “El que escric és una ximpleria. Només és d’interès social. Quin panorama. Els carrers plens de xeringues per totes bandes on jugaven els nens. Hauries d’haver vista quells cabrons de peu, devora aquells Mercedes. Quants dosis de cinc lliures has de vendre per a poder un Mercedes? Fes els comptes. Quants nens serien? Ningú escriu sobre això. A qui li interessa. No importa. Algú ha de perseguir aquells porcs. S’estan forrant. Jo hauria d’escriure sobre això. No serien ximpleries”. Ningú escriu sobre això... algú ho hauria de fer... jo ho hauria de fer. “No serien ximpleries”

Drogoaddicte: I'll do your work for you. Come back when you got some money.⁸⁵

D'altra banda, Guerin compta amb dues fonts essencials: un amic seu inspector (Chris Mulligan) i un altre home (John Traynor) que té bordells a la ciutat i que, finalment, es comprova que també té relacions i negocis amb la droga. Al detectiu, demana, per exemple, uns informes de comptabilitat d'alguns implicats per tal de poder pressionar-los i comprovar si els comptes són coherents. Pel que fa a l'altre home, es mostra la relació “estreta” que manté amb la periodista i com aquesta confia plenament amb ell. Però arran d'aquesta confiança, Traynor l'enganya proporcionant-li informació falsa (sobre el responsable de l'assassinat del mafiós Martin Cahil) i, finalment, la traeix per a salvar-se a ell mateix.

Una altra qüestió interessant és quan la periodista va a veure el polític Tony Gregory, membre del Parlament per al Centre de Dublín, que al principi de la pel·lícula⁸⁶ rebutja i desqualifica el treball de Guerin:

Guerin: I've come to apologise, if I've got it all wrong.

Gregory: All of you journalists have got it wrong. You call these guys the Viper, the Monk, the General. You glorify them. They're not movie stars.

Guerin: With respect, I've no option. I can't name them. Your libel laws won't let me. Journalists are going to jail for doing their job.⁸⁷

Així doncs, s'exposa una crítica als periodistes en tant que posen sobrenoms als implicats o sospitosos del tràfic il·legal de drogues. Tal com apunta el polític, pot ser una manera de “glorificar-los” com si d'estrelles de cine es tractés i això pot ser perillós i poc professional. No obstant això, Guerin ràpidament es defensa al·legant la legislació que li impedeix publicar els seus vertaders noms.

⁸⁵ -**Guerin:** Sóc periodista i vull saber d'on treus la droga. -**Drogoaddicte:** I que faci el teu treball per a tu? Torna quan tinguis diners.

⁸⁶ - Companya periodista: What about the source? He won't go on record? -**Guerin:** Course he won't. He's a criminal. Jesus, this is like being a cop. (Companya periodista: I l'informador, no voldrà parlar amb nosaltres? -**Guerin:** És clar que no, és un delinqüent. Jesús, això és com ser policia).

⁸⁷ -**Guerin:** He vingut a disculpar-me, si és que m'he equivocat. -**Gregory:** “Tots els periodistes s'han equivocat. Anomenen aquests tipus: el Vívora, el Monjo, el General i els enalteixen. No són estrelles de cinema. -**Guerin:** Amb tot el respecte, no tinc opció. No puc anomenar-los pel seu nom, hi ha una llei que no ho permet. Els periodistes estan anant a presó per fer la seva feina.

2.2. Quan la vida del periodista corre perill

Un altre tema essencial de la pel·lícula, i que es relaciona amb l'anterior, és la constant amenaça amb què treballa i investiga Guerin sobre els narcotraficants. La periodista és intimidada i amenaçada en diverses ocasions (i també rep amenaces cap al seu fill, Cathal) i també és agredida físicament. Per tal d'impedir que continuï publicant informació, el mafiós John Gilligan l'intenta subornar amb una suma molt generosa però la periodista mai es rendeix, tot i que al final, després de ser atacada diverses vegades, sí que està vertaderament espantada. De fet, apareix a la televisió dues vegades relatant l'agressió; l'última, quan ja ha estat brutalment agredida:

"I've decided to make a formal complaint againsts the guy who beat me. I mean, I would lose a lot, right, if I was to give in to these thugs, and I'm not going to be doing that, because it'd be worse for me and for journalism if I or any journalist was to be intimidated. That means they've won. And they're not going to win".⁸⁸

Finalment, Veronica Guerin és assassinada el 26 de juny de 1996 per haver complert la seva missió com a periodista amb la corresponent responsabilitat d'assenyalar els delinqüents i assassins sense cedir tot i que el preu és el més alt: la seva pròpia vida.

2.3. La dona periodista

La condició de dona influeix clarament en el seu treball com a periodista. Així, al llarg de la pel·lícula es repeteixen comentaris despectius cap a ella (*sorra, puta*, etc.) i, en una ocasió, es mostra com el seu informador, John Traynor, li fa certs tocaments d'una forma massa afectuosa quan ell li adverteix que deixi en pau al cap de la màfia Martin Cahill.

D'altra banda, pel que fa al terreny més personal i íntim, es demostra la dificultat de la periodista per compaginar la seva vida professional amb la seva vida familiar. En diverses ocasions, veiem com la protagonista segueix treballant des de casa seva fins

⁸⁸ "He decidit formalitzar una denúncia en la comissaria contra l'home que em va agredir. Vull dir que jo tindria molt a perdre si cedís davant aquells gàngsters. I no cediré, perquè seria pitjor per a mi i per al periodisme acceptar que poden intimidar-me a mi o a qualsevol periodista. Això significaria que han guanyat i ells no guanyaran".

altes hores de la nit, per la qual cosa el marit es queixa (tot i que aquest destaca per la seva comprensió per la situació i la feina d'ella).

3. Impacte i valor de la pel·lícula

El director del film, el veterà nord-americà Joel Schumacher, va començar en el món del cinema el 1981. Els seus treballs més famosos són: *The lost boys* (*Jóvenes ocultos*, considerada una de les pel·lícules més importants dels anys 80), *8mm* (*Asesinato en 8mm*, 1999), *Flawless* (*Nadie es perfecto*, 1999), entre d'altres. D'altra banda, Schumacher també és conegut per haver substituït a Tim Burton com a director de la saga *Batman* (1995-1997).

La crítica més freqüent de *Veronica Guerin* fa referència a la “sensibleria” –sobretot cap al final de la història-. Així, per exemple, la revista cinematogràfica *La Butaca* fa referència a aquest aspecte:

“Schumacher ha dado, en varias ocasiones, muestras de saber llevarlo; por lo menos con *Veronica Guerin* ha conseguido narrar una historia para nada tediosa o pretenciosa, a pesar de que en el último tramo de la película la sensiblería facilona echa por tierra mucho de lo anteriormente conseguido”.⁸⁹

D'altra banda, el *The New York Times* fa una crítica molt més dura del film, fins i tot a la interpretació de la prestigiosa actriu Cate Blanchett:

“(…)Unfortunately, those end titles and the ones that introduce “Veronica Guerin,” which opens today nationwide, are the most informative parts of the film, and also the most powerful. What comes between them is a flat-footed, overwrought crusader-against-evil melodrama, in which Ms. Blanchett's formidable gifts as an actress are reduced to a haircut and an accent.”⁹⁰

⁸⁹ “Schumacher (...) almenys amb *Veronica Guerin* ha aconseguit narrar una història per res tediosa o pretenciosa, a pesar que en l'últim tram de la pel·lícula la sensibleria fàcil tira per terra molt de l'anteriorment aconseguit”.

⁹⁰ Per desgràcia, aquests títols finals i els que introdueixen *Veronica Guerin*, que s'estrena avui a tot el país, són les parts més informatives de la pel·lícula, i també el més poderós. El que ve entre ells és un creuat contra el mal, un melodrama de peus plans, sobreexcitada, en què els regals formidables de la senyora Blanchett com a actriu es redueixen a un tall de cabells i un accent”. Scott, A. O. (17 d'octubre

4.8. *GOOD NIGHT, AND GOOD LUCK*: EL PERIODISME LLIURE

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>Good Night, and Good Luck</i>
Títol a Espanya:	<i>Buenas noches, y buena suerte</i>
Any:	2005
Duració:	90 min.
País:	Estats Units
Director:	George Clooney
Guió:	George Clooney, Grant Heslov
Repartiment:	David Strathairn, George Clooney, Robert Downey Jr., Jeff Daniels, Frank Langella, Patricia Clarkson
Premis:	2005: 6 nominacions a l'Òscar, incloent millor pel·lícula, fotografia i guió

1. Argument

Edward R. Murrow (David Strathairn) és un presentador de la CBS que s'enfronta públicament, juntament amb el seu productor Fred Friendly (George Clooney), al senador de Wisconsin Joseph McCarthy. La història, basada en fets reals, està ambientada als començaments dels anys 50, quan neix la televisió, i mostra la lluita per un periodisme lliure i crític, així com la reivindicació de la televisió com instrument per a la civilització i l'educació més enllà del simple entreteniment.

2. Motius d'interès

2.1. L'autocrítica i la denúncia

El film comença amb un homenatge al popular presentador de televisió de "See it Now" de la CBS, Edward R. Murrow. El periodista fa un discurs molt crític amb la societat del moment centrant-se especialment amb la decadència de la televisió com a mitjà de comunicació i d'informació:

"At the end of this, a few people may accuse this reporter of fouling his own comfortable nest, and your organization may be accused of having given hospitality to heretical and even dangerous ideas. But the elaborate structure of networks, advertissin agencies and sponsors will not be shaken or altered. It's my desire to try to talk to you with some candor about what

de 2003). Veronica Guerin. *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9A07E5D6173EF934A25753C1A9659C8B63>

is happening to radio and television. And if what I say is responsible, I alone am responsible for the saying of it. Our history will be what we make of it. And if there are any historians about 50 or 100 years from now, and there should be preserved the kinescopes of one week of all three networks, they will there find, recorded in Black and white and in color, evidence of decadence, escapism and isolation from the realities of the world in which we live. We are currently wealthy, fat, comfortable and complacent. We have a built-in allergy to unpleasant or disturbing information. Our mass media reflect this. But unless we get up off our fat superpluses and recognize that television in the main is being used to distract, delude, amuse and isolate us, then television and those who finance it, those who look a tit and those who work at it, may see a totally different picture too late”.⁹¹

En aquella època, ens els anys 40 i 50, l'amenaça del comunisme constituïa una gran preocupació en Estats Units, tal com expressa un rètol informatiu al principi de la pel·lícula. Posteriorment, s'afegeix també que “el senador McCarthy va denunciar públicament la infiltració de més de 200 comunistes en el govern d'Estats Units. Pocs periodistes es varen atrevir a enfrontar-se a McCarthy per por a que també se'ls acusés de comunistes”.

Així, el programa de Murrow va constituir una de les poques veus que es van atrevir a denunciar la manipulació i censura del senador McCarthy. El 9 de març de 1954, tal com assenyala una altra inscripció, un programa de Murrow que es basava en unes declaracions literals que havia fet el senador, criticava la seva actuació. Conscient de la controvèrsia que l'episodi podia generar, Murrow i Friendly van advertir que el senador tindria la possibilitat de rebatre les idees i declaracions que s'exposaven si ho considerava pertinent. Finalment, al cap d'un mes, el senador emet una rèplica (sense assenyalar cap error en les declaracions que s'havien presentat sobre ell mateix). Aquesta resposta, però, es basa en l'acusació del periodista com a simpatitzant

⁹¹ “Al final d'aquest discurs, pot ser que alguns acusin aquest periodista de mossegar la mà que li dona de menjar, i pot ser que retreguin a l'associació d'haver pres idees subversives i fins i tot idees perilloses. Tot i així, el sofisticat entramat d'emissores, agències de publicitat i patrocinadors romandrà impassible. És la meua voluntat i el meu deure parlar amb franquesa a aquells que integren aquest sistema sobre el que succeeix en la ràdio i la televisió. I si el que diré té conseqüències, jo sóc l'únic responsable d'aquesta opinió. Passarem a la història pels nostres actes. Si d'aquí 50 o 100 anys encara queden historiadors i s'han conservat els quinetoscopis del que s'ha emès durant una setmana per les tres cadenes, trobaran registrades en blanc i negre o en color, proves de la nostra decadència, el nostre escapisme i el nostre aïllament de les realitats del món en què vivim. Som una societat opulenta, acomodada i autocomplaent. Tenim una al·lèrgia innata a la informació que ens pertorba. Els mitjans són un reflex d'aquesta situació. Com no deixem de considerar-nos un negoci i no reconeguem que la televisió està enfocada bàsicament a distreure'ns, a enganyar-nos, a entretenir-nos i a aïllar-nos, la televisió i els que la financen, el que la miren i els que la produeixen, podrien adonar-se de l'error massa tard”.

comunista. Després d'això, Murrow segueix amb un discurs reivindicatiu de la llibertat d'expressió i de la responsabilitat social dels mitjans de comunicació com a eines per fomentar una visió crítica per part dels ciutadans:

“We will not walk in fear, one of another. We will not be driven by fear into an age of unreason, if we dig deep in our history and our doctrine, and remember that we are not descended from fearful men, not from men who feared to write, to associate, to speak and to defend the causes that were, for the moment, unpopular. This is no time for men who oppose Senator McCarthy's methods to keep silent, or for those who approve. We can deny our heritage and our history, but we cannot escape responsibility for the results. We proclaim ourselves, indeed as we are, the defenders of freedom wherever it continues to exist in the world. But we cannot defend freedom abroad by deserting it at home. (...)”⁹²

2.2. Diferents recepcions d'un mateix programa

Després d'aquests episodis tan polèmics, l'equip de Murrow i de Friendly s'afanya a llegir les crítiques dels principals diaris de la ciutat. D'aquesta manera, mentre Jack Gould, del *The New York Times* es posiciona a favor del programa de Murrow, Jack O'Brian, del *Nova York Journal American* el rebutja tot acusant-lo de fer propaganda tendenciosa contra el senador. Jack Gould de *The New York Times* ho expressa així:

“Murrow's television program on Senator Joseph R. McCarthy was an exciting and provocative examination of the man and his methods. It was crusading journalism of high responsibility and courage. For TV so often plagued by timidity and hesitation, the program was a milestone that reflected enlightened citizenship. (...) That was Mr. Murrow's and television's triumph and a very great one (...)”⁹³

⁹² “No tindrem por els uns dels altres. No entrarem per por en una època de sense sentit, si ens endinsem en la nostra història i en la nostra democràcia, i recordem que no descendim d'homes covards, homes que tinguessin por d'expressar-se, d'associar-se, de parlar i de defensar en el seu temps les causes que eren impopulars. No és moment per als qui s'oposen als mètodes del Senador McCarthy guardin silenci, o per als qui els aproven. Podem negar el nostre llegat i la nostra història, però no podem eludir les nostres responsabilitats. Ens proclamem, perquè ho som, defensors de la llibertat en el món arreu on existeixi. Però no podem defensar la llibertat aliena oblidant-nos de la pròpia. (...)”

⁹³ El programa de Murrow sobre el senador Joseph R. McCarthy va ser un examen interessant i provocador sobre l'home i els seus mètodes. Fou periodisme compromès de gran responsabilitat i coratge. Amb una televisió contaminada per la timidesa i la indecisió, el programa va marcar una fita i va fer gala d'una extraordinària lucidesa. Va ser un triomf del senyor Murrow i de la televisió dels que fan història (...)”

En canvi, Jack O'Brian, conegut per donar suport al senador McCarthy i, en conseqüència, criticar durament a la CBS, diu així:

“We can't say we were surprised at Murrow's hate-McCarthy telecast last evening when his explosively one-sided propaganda, edited with deviously clever selectivity from McCarthy's march against Communism was finished last evening. By equally Machiavellian coincidence, the following telecast featured Murrow's PM protégé Hollenbeck. In an obviously gloating mood, Hollenbeck hoped viewers had witnessed his patron's triumph from and for the left. The Columbia Broadcasting System has been in a lengthy clean-house-of-lefties mood. The worst offenders on lesser levels have been pushed out of the company. Don Hollenbeck, a graduate of the demised pinko-publication PM, attacked conservative papers with sly and slanted propaganda. He then proceeded through an equally titled review of the day's events with McCarthy, dominating his words, actions, attitudes...”⁹⁴

Així doncs, O'Brian critica durament a Hollenbeck, presentador d'un altre programa de la CBS. Aquest, molt afectat per aquests comentaris desafortunats, recorre a Murrow perquè s'hi enfrontin. Però aquest s'hi nega: “I will not take on McCarthy and Hearst. I can't defeat them both. Just don't read the papers. Or don't read O'Brian, anyway.”⁹⁵

2.2. Denunciar els abusos del poder

L'equip de Murrow aconsegueix que el Senat investigui a Joseph McCarthur. No obstant això, el cap executiu de la CBS es nega a seguir amb el programa arran de les pressions i interessos econòmics i polítics que hi ha al darrere:

Paley: The problema isn't simply that you've lost your sponsor. With Alcoa “See it now” still loses money. “\$64.000 Question” brings in over 80,000 in sponsors, and it costs one

⁹⁴ “No direm que ens sorprengué el programa odio-McCarthy d'ahir de Edward Murrow al finalitzar el seu programa de propaganda tendenciosa presentada per un muntatge desviat de la creuada contra el comunisme de McCarthy. Per una coincidència maquiavèlica, el següent programa el presentava el protegit de Murrow Hollenbeck. D'un humor exultant, Hollenbeck esperava que els seus telespectadors haguessin assistit al triomf del seu mentor i de l'esquerra. La CBS s'havia distingit per desfer-se dels d'esquerra. Despedia amb discreció els majors transgressors dels càrrecs inferiors. Don Hollenbeck, precedent de la desapareguda publicació roja PM atacava els diaris conservadors amb una propaganda enganyosa. En l'informatiu que ahir a la nit va presentar va fer un repàs malintencionat de l'actualitat en el qual McCarthy estava present en les seves paraules, actes i actituds...”

⁹⁵ “No m'enfrontaré a McCarthy i a Hearst. No puc amb els dos. No llegeixis més la premsa. O simplement no llegeixes O'Brian.” Les crítiques que va rebre Hollenbeck va precipitar el seu suïcidi.

third of what you do. I've got Tuesday night programming that's number one. People want to enjoy themselves. They don't want a civics lesson.

Murrow: What do you want?

Paley: I don't want a stomachache every time you take on a controversial subject.

Murrow: I'm afraid that's the price you have to pay. (...) The content of what we're doing is more important than... (...)

Paley: I never censored a single program. I hold on to affiliates who wanted entertainment from us. I fight to keep the licenses with the very same politicians that you were bringing down. And I never, never said no to you. Never.

Murrow: (...) I would argue that this network is defined by what the news department has accomplished. And I would also argue that never saying no is not the same as not censoring.

Paley: Really? You should teach journalism. You and Mr. Friendly. ⁹⁶

A partir d'aquest moment, "See it Now" desapareix gradualment de la graella de la cadena fins al seu final definitiu. Arran d'això, Friendly proposa a Murrow: "Let's do our first show about the downfall of television. (...) We might as well go down swinging." ⁹⁷ Al final del film, es torna al discurs del principi de la història en el qual Murrow combat la degeneració del periodisme televisiu i les seves repercussions:

I began by saying that our history will be what we make it. If we go on as we are, history will take its revenge and retribution will not limp in catching up with us. Let us exalt the importance of ideas and information. (...) Because if they are right, and this instrument is good for nothing but to entertain, amuse and insulate, then the tube is flickering now and we will soon see that the whole struggle is lost. This instrument can teach. It can illuminate, and it can even inspire. But it can do so only to the extent that humans are determined to use it towards those ends. Otherwise, it is merely wires and lights in a box. Good night, and good luck. ⁹⁸

⁹⁶ **-Paley:** El problema no és que només hagueu perdut els vostres patrocinadors. Fins i tot amb Alcoa "Miri-ho ara" ja perdía diners. (...) "La pregunta de 64.000 dòlars" ingressa més de 80.000 en patrocinis i costa tres vegades menys que el vostre. La programació del dimarts té màxima audiència. La gent vol passar-s'ho bé, no vol leccions cíviues. **-Murrow:** Què vols? **-Paley:** No vull continus problemes cada vegada que iniciis un tema controvertit. **-Murrow:** És el preu que has d'estar disposat a pagar. (...) El contingut del nostre programa és més important que... (...) **-Paley:** No he censurat ni un sol programa. Conservo totes les filials que esperen entreteniment de nosaltres. I lluito per a mantenir la llicència amb els mateixos polítics que estàs atacant. I jo mai t'he dit que no. Mai. **-Murrow:** (...) Opino que aquesta cadena es defineix pels assoliments del departament d'informatius. I també opino que no dir mai que no, no és el mateix que no censurar. **-Paley:** Ah sí? Hauries d'ensenyar periodisme. Tu i el senyor Friendly.

⁹⁷ "Facem el nostre primer programa sobre la decadència de la televisió. (...) Doncs caurem lluitant."

⁹⁸ "He començat dient que passarem a la història pels nostres actes. Si continuem així, la història es prendrà la revenja i les conseqüències no trigaran en arribar. De tant en tant convé exaltar la importància de les idees i de la informació. (...) Perquè si tenen raó, i aquest instrument no serveix per a més que

3. Impacte i valor de la pel·lícula

Good night, and Good luck es va estrenar al 2005 però es basa en la història real de l'enfrontament públic entre el periodista i presentador de televisió Edward Murrow i el senador Joseph McCarthy enmig de la Guerra Freda. La recepció del film va ser positiva en el seu moment i els mitjans han destacat el treball de George Clooney com a director, així com també la interpretació de David Strathairn encarnant el popular Edward Murrow. El *The New York Times*, per exemple, subratlla el treball de Clooney com a director ara ja madur i també el ressò de la història que es presenta:

“Most of the discussion of this movie will turn on its content -on the history it investigates and on its present-day resonance. This is a testament to Mr. Clooney's modesty (as is the fact that, on screen, he makes himself look doughy and pale), but also to his skill. Over the years he has worked with some of the smartest directors around, notably Joel Coen and Steven Soderbergh (who is an executive producer of this film). And while he has clearly learned from them, the cinematic intelligence on display in this film is entirely his own. He has found a cogent subject, an urgent set of ideas and a formally inventive, absolutely convincing way to make them live on screen.”⁹⁹

Finalment, *El Mundo* reconeix el cert nivell que ha de tenir l'espectador per entendre millor la història que es presenta:

“Lejos de un cine comercial de masas, esta película, la tercera dirigida por George Clooney, exige, para su disfrute pleno, un cierto nivel de conocimiento de la historia, de los hechos reales que retrata y de sus protagonistas.”¹⁰⁰

entretenir, divertir o aïllar, el tub catòdic ja parpedeja i aviat veurem com la lluita està perduda. La televisió pot ensenyar. Pot llançar llum i, fins i tot, pot inspirar. Però només ho farà en la mesura que nosaltres estem disposats a utilitzar-la amb aquests objectius. En cas contrari, només serà una pasterada de llums i cables. Bona nit, i bona sort.”

⁹⁹ “La major part de la discussió d'aquesta pel·lícula va girar sobre el seu contingut -sobre la història que s'investiga i de la seva ressonància contemporània. Aquest és un testimoni de la modèstia del Sr. Clooney (com és el fet que, a la pantalla, es fa mirar pastós i pàl·lid), sinó també a la seva habilitat. A través dels anys ha treballat amb alguns dels directors més intel·ligents de tot, especialment Joel Coen i Steven Soderbergh (qui és productor executiu d'aquesta pel·lícula). I mentre que ell ha après clarament d'ells, la intel·ligència en l'exhibició cinematogràfica en aquesta pel·lícula és del tot seva. Ha trobat un tema contundent, un conjunt urgent d'idees i una manera, absolutament convincent que es viuen en la pantalla.”

¹⁰⁰ “Lluny d'un cinema comercial de masses, aquesta pel·lícula, la tercera dirigida per George Clooney, exigeix, per al seu plaer màxim, un cert nivell de coneixement de la història, dels fets reals que es mostren i dels seus protagonistes.” Díaz, P. (11 de febrero de 2006). 'Buenas noches y buena suerte', una historia del pasado muy actual. *El Mundo*. Recuperat de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/02/08/cultura/1139408816.html>

4.9. STATE OF PLAY: EL PERIODISME COM A CONTRAPODER

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>State of Play</i>
Títol a Espanya:	<i>La sombra del poder</i>
Any:	2009
Duració:	127 min.
País:	Estats Units
Director:	Kevin Macdonald
Guió:	Matthew Michael Carnahan, Tony Gilroy, Peter Morgan (Remake: Paul Abbott)
Repartiment:	Russell Crowe, Ben Affleck, Rachel McAdams, Robin Wright, Jason Bateman, Helen Mirren, Jeff Daniels

1. Argument

Cal McCaffrey (Russell Crowe) és un periodista del *Washington Globe* que té una forma de treballar que s'assembla molt a la d'un detectiu. El periodista investiga un cas d'assassinat vinculat amb el seu antic amic i congressista candidat a les eleccions presidencials, Stephen Collins (Ben Affleck). McCaffrey acabarà treballant amb Della Frye (Rachel McAdams), una periodista que es dedica a publicar notícies en el bloc del mateix diari. Però arran d'aquesta investigació els periodistes destaparan una delicada qüestió que pot fer trontollar la seguretat de l'Estat.

2. Motius d'interès

2.1. El periodisme i el poder

El periodista té dues relacions amb el poder. Per una banda, pel mateix fet de ser reporter que té el deure de qüestionar el poder. I, d'altra banda, té una amistat íntima amb el congressista Collins. Aquest últim, en un moment donat, fa una crítica al periodisme perquè li han donat una major cobertura per l'escàndol sexual que no pas per la seva trajectòria política:

Collins: You know, I co-sponsored two bills in the last three years. I'm in the middle of co-authoring another one, and this what I'm gonna be remembered for. I'm gonna get more coverage on this than anything else I do for the rest of my life.

McCaffrey: The nature of the beast, public office.¹⁰¹

D'altra banda, quan Collins mostra a McCaffrey un vídeo de la difunta Sonia Baker on es fa evident que aquesta no va voler acabar amb la seva vida, tal com s'especulava al principi, el periodista diu el següent:

McCaffrey: It will bring it all back your way

Collins: How are you gonna do that?

McCaffrey: Because we're gonna fight back with our own facts. All we have to do is, we have to build a plausible, alternative story, all right?¹⁰²

I aquesta versió “verosímil” consisteix en enfocar la mort com un tràgic accident que porta a plantejar-se la seguretat en el transport. D'altra banda, el nexa entre periodisme i poder també es contempla en aquesta història amb la companyia PointCorp, que està monopolitzant la seguretat dels Estats Units.

2.2. La responsabilitat social del periodista

Des del principi es posa de manifest, per una banda, la relació estreta entre el periodista i la policia; així com també la forma de treballar del reporter, molt propera a la d'un detectiu, amb la formulació d'hipòtesis a l'inspector que investiga el cas d'assassinat. No obstant això, ambdues parts no treballen conjuntament, ja que, fins i tot, els periodistes tenen en les seves mans unes fotografies que poden ajudar a resoldre el cas però no les comparteixen amb la policia.

Així doncs, en una reunió del consell de redacció del *Globe*, Della Frye pregunta: “But if this is evidence, don't they need to see it now?”¹⁰³ A la qual cosa ningú respon i se la miren estranyats per aquesta “estranya” intervenció i raonament. Quan la policia finalment s'assabenta d'aquest encobriment de proves, Frye argumenta que no saben de

¹⁰¹ -Collins: Saps? He recolzat dues lleis en aquests últims tres anys i ara mateix participo en la redacció d'una altra i això és pel que se'm recordarà. Em donaran més cobertura per això que per qualsevol altra cosa durant la resta de la meua vida. -McCaffrey: Aquesta és la verdadera bèstia del càrrec públic.

¹⁰² -McCaffrey: Li donaré la volta a la notícia a favor teu. -Collins: I com penses fer-ho? Contratarem amb les nostres pròpies dades. El que s'ha de fer és crear una versió alternativa, verosímil, d'acord?

¹⁰³ “Però si és una prova, no haurien de veure-la?”

la seva importància. Però el cap de policia respon severament: “You knew exactly what you had. You just decided that your need was greater than ours (...)”¹⁰⁴

2.3. El bon periodisme *versus* les males pràctiques

Al principi del film, es presenten dos tipus de periodisme encarnat per dos personatges diferents: McCaffrey i Frye. Així, el bon periodisme seria el treball de Cal McCaffrey mentre que la coprotagonista, Della Frye –almenys al principi- representaria el periodisme més sensacionalista. Així, quan aquesta va al despatx de McCaffrey per preguntar-li sobre Collins, ella li explica que està escrivint un article i que necessitaria “contextualitzar-ho”. Però el periodista li respon amb menyspreu: “Context, re: Dirt?”¹⁰⁵

D'altra banda, al llarg de la pel·lícula es mostren com els periodistes persegueixen al congressista Collins per la seva vinculació amb la mort de Sonia Baker. No obstant això, tal com ja s'ha comentat abans, els mitjans de comunicació li donen una major cobertura al congressista per la vinculació personal amb la difunta que no pas per cap altre motiu d'indole professional. Més endavant, crida l'atenció un pla detall d'un rètol de la taula de l'editora del Washington Globe que diu així: “Never trust an editor”¹⁰⁶. Una altra escena a destacar és en la que Frye dóna a McCaffrey el número de telèfon d'una antiga companya de pis de Baker, Rhonda Silver, per conèixer més el seu passat i antecedents. Llavors, Della Frye demana, fingint estar preocupada:

Frye: Did we just break the law?

McCaffrey: Nope, that's what you call damm fine reporting.¹⁰⁷

Després d'haver entrevistat a Rhonda Silver, Della Frye parla amb McCaffrey però aquest no vol publicar res al respecte perquè el testimoni de Silver no és creïble. Més endavant, l'editora del *Whashington Globe*, Cameron Lynne s'assebenta que Frye va parlar amb l'antiga companya de pis de la difunta Sonia Baker però que, finalment,

¹⁰⁴ “Sabieu exactament el que tenieu, el que passa és que vareu decidir que el vostre interès era més important que el nostre (...)”.

¹⁰⁵ “Context, voldràs dir porqueria?”

¹⁰⁶ “Mai et fiïs d'un editor”.

¹⁰⁷ **-Frye:** Acabem d'infringir la llei? **-McCaffrey:** No, això és el que es coneix com “periodisme del bo”.

varen decidir no publicar res del que havia dit, mentre que altres mitjans sí que ho havien fet:

Cam: I mean, the decision, I’m assuming, was that this wasn’t news.

McCaffrey: It was my call, Cam. All right? I didn’t and I don’t believe her. She’s not credible. She was just trying to sell us her sexy scrapbook photos of her friend, Sonia Baker. Her dead friend.

Cam: Yeah, well, why the hell couldn’t we have printed that? A waitress comes forward with a claim about a sex scandal. Great, that’s an A-1 story. Then he denies it. There’s another story. And then... and then one of them cracks, and there’s another story. Meantime, people are reading about it, and they’re reading about it, because we had it first! Except we didn’t, did we? No, no, no, ‘cause some wanker decided it was beneath us.¹⁰⁸

Així doncs, en el transcurs de la pel·lícula es posa sobre la taula el debat sobre què s’ha de publicar i què no, és a dir, la diferenciació del que és notícia (i, per tant, informació d’interès públic) i del que no ho és (allò “d’interès humà”, la informació relacionada amb la vida privada i íntima de la persona).

2.4. La premsa en paper i premsa digital

Al llarg del film, els personatges fan alguns comentaris despectius envers els blocs i la premsa digital, sovint aquests últims considerant com mal periodisme. D’aquesta manera, tal com ja s’ha explicat anteriorment, McCaffrey encarnaria el bon periodisme, ja que treballa pel diari en paper *Washington Globe*; mentre que Frye es correspondria amb el periodisme digital, ja que treballa en el blog del mateix diari. De fet, en un moment de la pel·lícula, quan McCaffrey mira l’article que Frye ha escrit sobre la compareixença del congressista Collins, es mostra un pla detall de la capçalera d’aquest blog on es presenta el seu treball: “Della Frye covers people, power and politics inside

¹⁰⁸ -Cam: A veure, la decisió, suposo jo fou que això no era notícia. -McCaffrey: La decisió va ser meua, Cam, d’acord? No me la vaig creure i segueixo sense creure-me-la. No és creïble. Només volia vendre’ns l’àlbum de fotos sexys de la seva amiga Sonia Baker. La seva amiga morta. -Cam: I per què no podíem haver-ho publicat? Apareix una cambrera que destapa un escàndol sexual. Genial, notícia de primera plana. Després ho nega, una altra notícia. I llavors un d’ells s’ofega, i una altra més. Mentrestant la gent ho llegeix en el nostre diari, perquè nosaltres teníem l’exclusiva! Però no, no, no perquè un imbècil va decidir que no era digne de nosaltres.

the beltway. Want to comment? Got a juicy tip? Send an email to dish the dirt, chew the fat and wag the tongue.”¹⁰⁹

Un exemple d’aquest tracte despectiu envers el treball de Frye el trobem quan aquesta demana a McCaffrey si creu que el congressista, i també el seu amic, havia tingut una relació amb la difunta Sonia Baker, que treballava per ell, a la qual cosa McCaffrey respon: “I don’t know. I’d have to read a couple of blogs”.¹¹⁰

Així, el periodista menysprea els blocs en general com a bon periodisme. Un altre mostra d’això és quan McCaffrey adverteix al congressista que prengui la iniciativa perquè, si no, serà el punt de mira de “sangoneres i bloguers”:

McCaffrey: If you’re not, then you’re just letting the bloodsuckers and the bloggers have another free shot at you.

Collins: The blood suckers and the bloggers.¹¹¹

2.5. La importància de tenir diversitat de contactes

En mostrar-se la forma de treballar del periodista McCaffrey, principalment, i de Frye, de forma més secundària, també s’ensenya com aquests aconseguixen tota la informació. Un aspecte que crida l’atenció de la pel·lícula és, de fet, com es mou el protagonista per les diferents esferes socials, passant pel món de la droga fins a polítics del congrés.

D’aquesta manera, quan McCaffrey necessita informació sobre algun aspecte, sempre truca un tal Michael, que l’espectador mai arriba a saber qui és. Així doncs, també quan el periodista demana dades sobre l’empresa PointCorp, es justifica així: “I need

¹⁰⁹ “Della Frye cobreix les persones del poder i de la política. Vols fer un comentari? Tens un suggeriment sucós? Envia un correu electrònic per a repartir la terra, mastegar el greix i remenar la llengua”

¹¹⁰ “No ho sé. Hauria de llegir molts blocs”.

¹¹¹ -McCaffrey: Si no prens la iniciativa, si no, deixaràs que les sangoneres i els blogers tornin a tenir-te a tir. -Collins: Les sangoneres i els blogers.

someone to help me dig a little deeper into PointCorp. I need someone on the inside, somebody who knows the way they operate.”¹¹²

D'altra banda, també es mostren imatges de com Della Frye intenta parlar amb diverses persones sobre Sonia Baker i com aquestes li responen tancant-li la porta als nassos després de presentar-se com a periodista i de mencionar el nom de la víctima. Així mateix, tal com s'ha explicat en l'apartat de “El bon periodisme *versus* les males pràctiques”, una qüestió que es planteja diverses vegades a la pel·lícula és la següent: què és notícia i què no ho és. D'aquesta manera, quan Frye conta a McCaffrey el que li ha dit l'antiga companya de pis de Baker, el periodista ràpidament li contesta: “You're right. I don't believe a word of it. You got no corroboration, no independent witness, and she obviously has a financial motivation.”¹¹³

Més endavant, McCaffrey i Frye aconsegueixen parlar amb una font de PointCorp, la persona que va contractar Sonia Baker perquè vigilés el congressista Collins. Per tal d'obtenir informació, McCaffrey l'amenaça en què si no col·labora amb ells sortirà el seu nom relacionat amb la mort de Baker: “The more you talk, the more you give us, the more protected you are. That's the way we work. And your compensation is your anonymity”.¹¹⁴

En definitiva, es posa de manifest la importància que els periodistes tinguin diversitat de contactes de les diferents esferes i sectors socials, així com l'imperatiu de mantenir totes aquestes fonts perquè segueixin proporcionant-los informació.

3. Impacte i valor de la pel·lícula

La pel·lícula *State of play* (2009) és una adaptació cinematogràfica del director nord-americà Kevin MacDonald a partir d'una mini sèrie de la BBC del 2003 creada per Paul Abbott. La sèrie ràpidament va assolir un gran èxit entre el públic, per la qual cosa el

¹¹² “Necessit algú que m'ajudi a indagar més en Pointocorp, algú que estigui dins, que sàpiga bé com funciona”

¹¹³ - McCaffrey: Tens raó, no em crec res. No tens qui ho corrobori, ni un testimoni imparcial i és evident que té una motivació econòmica.

¹¹⁴ “Com més parlis, com més ens donis, més protegit estaràs. Així és com treballem. I la teva recompensa és l'anonimat”.

productor de la pel·lícula, Andrew Hauptman, es va afanyar a negociar els drets per a poder començar a realitzar-la.

El prestigiós diari anglès *The Guardian* també elogia el film i afegeix: “The movie version (...) could have been made any time in the last 30 years, despite references to blogs”. D’igual manera, aquesta mateixa crítica expressa l’estereotip del periodista a Hollywood: “Crowe ticks every box for the Hollywood journalist.”¹¹⁵

D’altra banda, el *The New York Times* —que fa una crítica més dura i exigent que els altres mitjans— compara el film amb la minisèrie, amb la qual cosa la pel·lícula surt perdent: “This ‘State of Play’ is both shallower and muddier than its clear-eyed source”.

Pel que fa als mitjans espanyols, el cèlebre crític de cinema Carlos Boyero escriu a *El País*: “Es cine convincentemente negro, con aroma y poderío visual, con capacidad de enganchar”.¹¹⁶ Pel que fa als actors, la gran majoria de diaris aplaudeixen la interpretació de Russell Crowe en el paper protagonista de Cal McCaffrey, i, per contra, no tots els mitjans estan d’acord amb la qualitat del popular Ben Affleck, que representa el congressista Stephen Collins.

¹¹⁵ “La versió de la pel·lícula es podria haver fet qualsevol altre moment dels últims 30 anys, tot i les referències als blocs”.

Bradshaw, P. (24 d’abril de 2009). State of play. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2009/apr/24/state-of-play-review>

¹¹⁶ “I no decep. És cinema convincentment negre, amb aroma i poder visual, amb capacitat d’enganxar”. Boyero, C. (17 d’abril de 2009). Cuando nada es lo que parece. *El País*. Recuperat de: http://elpais.com/diario/2009/04/17/cine/1239919210_850215.html

4.10. NIGHTCRAWLER: LA SANG VEN

Fitxa tècnica

Títol original:	<i>Nightcrawler</i>
Títol a Espanya:	<i>Nightcrawler</i>
Any:	2014
Duració:	113 min.
País:	Estats Units
Director:	Dan Gilroy
Guió:	Dan Gilroy
Repartiment:	Jake Gyllenhaal, Rene Russo, Riz Ahmed, Bill Paxton, Kevin Rahm
Premis:	2014: Premis Òscar: Nominada a Millor guió original

1. Argument

Lou Bloom (Jake Gyllenhaal) és un jove que viu a Los Angeles i que intenta per tots els mitjans aconseguir un treball. En veure com uns càmeres graven un accident de tràfic, Bloom decideix que vol dedicar-se a enregistrar imatges d'accidents i crims per a vendre-ho a la televisió local de la ciutat. L'obsessió per ser el primer i aconseguir les imatges més violentes el portarà fins i tot a gravar la mort del seu company.

2. Motius d'interès

2.1. La importància de ser els primers

Quan el protagonista es troba per casualitat amb un accident de tràfic i veu com uns càmeres enregistren l'accident, es dirigeix a un d'ells per preguntar sobre la seva feina:

Bloom: Will this be on television?

Càmera: Morning news. If it bleeds, it leads.

Bloom: What channel?

Càmera: Whoever pays the most.

Bloom: What do you get for something like this?

Càmera: Not nearly enough (...) Let me tell you something, it's a flaming asshole of a job.¹¹⁷

¹¹⁷ -**Bloom:** Això sortirà en la televisió? -**Càmera:** En les notícies del matí. La sang ven. -**Bloom:** En quin canal? -**Càmera:** En el que millor pagui. -**Bloom:** Quant guanya per una cosa així? -**Càmera:** No el suficient. (...) Et diré una cosa, és un treball de merda.

Així, Bloom se sent atret per aquest món i veu una possibilitat de guanyar-se la vida. Per això, el jove roba una bicicleta i aconsegueix canviar-la per una càmera i un receptor de ràdio que li permetrà arribar abans que ningú al lloc dels fets. D'aquesta manera, ni cap policia ni cap altra periodista li impedirà de captar les millors imatges de les tragèdies.

2.2. Només volen sang

En presentar-se la primera oportunitat per a enregistrar les imatges d'un tiroteig, Bloom no dubta en acostar-se a la víctima, que s'està desagnant. Un cop ha gravat la terrible escena, Bloom es dirigeix a la televisió local per veure si li compren el material. Allà, la directora d'informatius, Nina, queda captivada per la quantitat de sang que brolla de la víctima i crida el redactor cap, Frank, perquè vegi les imatges que vol que s'emetin el matí següent:

Frank: You're going to show this?

Nina: With a warning.

Frank: It's excessive.

Nina: We should have packages like this every day.

Frank: People are eating breakfast.

Nina: And they'll talk about it at work. ¹¹⁸

En aquesta escena, doncs, es pot comprovar la manca d'ètica i de sensibilitat. L'audiència és l'única raó. Després de cobrar per aquest arxiu, Nina li demana que sempre que tingui algun arxiu d'aquest tipus informi primer a ella:

Nina: (...) We like crime. Not all crime. Carjacking in Compton, for example. That isn't news, now is it? We find our viewers are more interested in urban crime creeping into the suburbs. What that means is a victim, or victims, preferably well-off and white, injured at the hands of the poor or a minority.

Bloom: Just crimes.

Nina: No. Accidents play. Cars, busses, trains, planes. Fires.

Bloom: It's, bloody.

¹¹⁸ -**Frank:** Emetràs això? -**Nina:** Amb una advertència. -**Frank:** És molt fort. -**Nina:** Hauríem de tenir paquets així cada dia. -**Frank:** La gent està esmorzant. -**Nina:** I parlaran d'això en el treball.

Nina: Well, graphic. The best and clearest way that I can phrase it to you, Lou, to capture the spirit of what we air, is think of our newcast as a screaming woman running down the street with her throat cut.¹¹⁹

En aquest diàleg es mostra la brutalitat i la manca d'escrúpols de la directora d'informatius, sobretot quan aquesta explica a Bloom l'essència o esperit del programa: una dona que corre pel carrer amb el coll romput. Així, Bloom se n'adona del negoci que pot fer i “contracta” un jove del carrer i sense experiència, Rick, que el guiarà per les rutes més ràpides.

L'ambició de Bloom no té límits i per aconseguir les millors imatges entra d'incògnit en una casa on s'ha comès un crim. Fins i tot, es mostra com manipula una escena per a tenir una gravació més tràgica i emocionant. Per exemple, en la nevera de la casa hi ha una sèrie de fotografies de la família i Bloom les ordena per a que quedi millor el vídeo. Però el moment culminant en què es mostra la total manca d'escrúpols es produeix quan el protagonista arriba a un accident, abans que la policia i que els altres periodistes. Ràpidament, s'afanya a anar a enregistrar l'escena. Tot està obscur i tranquil, Bloom és l'únic que ha arribat al lloc del sinistre i es troba amb un home tombat a la carretera, inconscient. Bloom estudia l'angle i la perspectiva més adient per a gravar les imatges més espectaculars. Però, tal com està situat el cos de la víctima, no pot gravar com voldria i, per això, mou el cos de tal manera que quedi un enquadrament perfecte.

Un altre moment molt violent és quan Bloom entra dins una casa on s'ha produït un terrible assassinat. Aquesta vegada, Bloom també arriba abans que ningú i grava detingudament totes les víctimes cobertes de sang. En veure aquest material, Nina demana a Linda, que s'ocupa dels assumptes legals i jurídics, si pot emetre'l:

Nina: We have 10 minutes to airtime. How much of this can we show?

Linda: You mean, legally?

Nina: No, morally. Of course, legally.

¹¹⁹ –**Nina:** Ens agrada la delinqüència. Però no qualsevol. El robatori del cotxe a Compton, per exemple. Això no és notícia. A la nostra audiència interessa més el delicte urbà que es desplaça als suburbis. Això implica una víctima, o víctimes, preferiblement adinerats i blancs, ferits a mans del pobre o d'una minoria. –**Bloom:** Només delictes. –**Nina:** No. Accidents també. Autobusos, trens, avions. Incendis. Suïcidis. –**Bloom:** És a dir violents. –**Nina:** Bé, gràfics. La millor forma que se m'occorreix per a que entenguis l'essència del que emetem, és que imaginis que el nostre telediari comença amb una dona corrent pel carrer amb el coll tallat.

Linda: Have they been identified?

Frank: It just happened, so you have to assume no, and that's just one of the issues.

Linda: We can't broadcast their identities without notifying the next of kin.

Nina: We're not identifying them.

Linda: You are by proxy, by showing their faces.

Nina: We pixelate the face. (...) Oh, for Christ's sake. Are we breaking the law by showing this?

Linda: Block the faces, don't give out the exact address. Do that, I guess.

(...)

Frank: Journalistically and ethically?

Nina: This isn't Hartford.

Frank: We are beyond all broadcast standards.

Nina: Have you seen he overnights? I'll risk the fine.¹²⁰

Ràpidament dos detectius que investiguen aquest cas es posen en contacte amb Bloom. Aquest, per tal de justificar l'entrada a la casa on es va cometre el crim, al·lega que va entrar per si podia ajudar a alguna víctima. Llavors, Bloom quan ha d'entregar el vídeo, talla la part on es poden veure els delinqüents i la matrícula del cotxe per tal de perseguir ell mateix els assassins. D'aquesta manera, pretén aconseguir, per una banda, la recompensa de 50.000 dòlars i, per altra, ser el *pioner* en enregistrar la detenció que, de segur, no serà pacífica. Però la detenció no només no és pacífica, sinó que es converteix en un tiroteig on hi ha alguns morts. Un dels dos assassins aconsegueix escapar i la policia el persegueix, mentre que, alhora, Bloom persegueix la policia. Es converteix en una mena de carrera, de competició per qui arribarà abans. "Passi el que passi, segueix gravant!", adverteix Bloom al seu ajudant.

Però els cotxes de la policia i de l'assassí xoquen. Bloom segueix gravant i exigeix a Rick que gravi el cotxe on està l'assassí, que assegura ja està mort. Amb tot, Rick és

¹²⁰ -**Nina:** Queden deu minuts per entrar. Què podem emetre de tot això? -**Linda:** Vols dir legalment? **Nina:** No, moralment. Clar que legalment. -**Linda:** Han estat identificats? -**Frank:** Acaba de passar, així que hem d'assumir que no i això és un problema. -**Linda:** No podem emetre això sense notificar-ho als seus familiars. -**Nina:** No estem identificant-los. -**Linda:** Ho fas en ensenyar les seves cares. -**Nina:** Doncs pixel·lem les cares. (...) Oh, per l'amor de Déu. Estem violant la llei emetent això? -**Linda:** Cobriu les cares, no doneu la direcció exacte. Ens arriscarem. -**Frank:** I periodísticament i èticament? -**Nina:** Això no és Hartford. -**Frank:** Això infringeix totes les normes de radiodifusió. -**Nina:** Has vist els índex de la nit? Ens arriscarem.

abatut per aquest i Bloom, en comptes d’ajudar-lo, grava el seu ajudant mentre està agonitzant.

Quan la policia està en possessió d’aquest material en el qual també s’evidencia que Bloom va gravar el seu company, Bloom és acusat d’homicidi:

Detectiu: You filmed him dying.

Bloom: Yeah. That’s what I do. It’s my job. I like to say that if you’re seeing me, you’re having the worst day of your life.¹²¹

No obstant això, Bloom no rep cap tipus de càstig. Ni judicialment o legalment, ni moralment. Segueix amb la mateixa filosofia que al principi, si més no, encara més exageradament inhumana. Fins i tot, al final de la pel·lícula, Bloom arriba a crear una empresa, Video Production News, on ensenyarà a joves com aconseguir i gravar aquest tipus de vídeos. La filosofia d’aquesta “escola” és, tal com adverteix Bloom als joves: “I will never ask you to do anything that I wouldn’t do myself”.¹²²

2.3. Estar disposat a tot per a assolir els objectius

Al llarg de la pel·lícula, el protagonista es presenta com un home que té molt clars els seus objectius, decidit i que aprèn ràpidament qualsevol treball. En la següent escena, per exemple, elogia a Nina per enfrontar-se a Frank, el redactor cap, per emetre les imatges de Bloom:

Bloom: I think being clear with your objectives is more important than trying to present your ideas in a non-confrontational manner.

(...)

Nina: Where did you get all that?

Bloom: I study a lot online. (...) I haven’t had what you’d call much of a formal education, but you can find most anything if you look hard enough.¹²³

¹²¹ Detectiu: El va gravar mentre s’estava morint. –Bloom: Sí. És el que faig. És la meva feina. El meu lema és: si em veus tens el pitjor dia de la teva vida.

¹²² “Però recordeu, mai us demanaré que feu res que jo no faria personalment.”

¹²³ -Bloom: Crec que ser clar en els teus objectius és més important que tractar de presentar les teves idees evitant la confrontació. -Nina: D’on treus tot això? –Bloom: Estudio per internet. (...) No he rebut el que es coneix com una educació formal però es pot trobar de tot si es busca bé.

Després que el protagonista insisteixi molt, Bloom i Nina tenen una cita. Allà, Nina li demana si vol ser reporter i sortir a la televisió però ell contesta que no és el que ell vol: “I want to be the guy that owns the station that owns the camera. The business is going well, but in order to grow to the next level I need to stay one step ahead of my competition and take risks. I also need financial support to implement expansion”.¹²⁴

Fins i tot, Bloom arriba a amenaçar a Nina dient-li que l’augment de l’audiència del programa és gràcies a ell i que ella està en un moment molt complicat, a punt de ser acomiadada, ja que en breus es pot donar per acabat el seu contracte de feina:

“I recently learned, for instance, that most Americans watch local news to stay informed. I also learned that the average half-hour of Los Angeles television news packs all of its local government coverage including law enforcement, budget, transportation, education and immigration into 22 seconds. Local crime stories, however, not only usually led the news but filled 14 times the broadcast, averaging five minutes and seven seconds. KWLA relies heavily on such stories. With Los Angeles crimes rates going down, I think that makes items like this particularly valuable. Like rare animals. I can imagine that your needs will increase during next month’s rating sweeps period”.¹²⁵

3. Impacte i valor de la pel·lícula

Nightcrawler és el debut del fins ara guinista Dan Gilroy, fill del prestigiós director de cinema Frank D. Gilroy i germà del també director i guionista Tony Gilroy. Ambdós germans varen treballar en la pel·lícula *Michael Clayton* (2007), que va rebre 7 nominacions als Òscars i també en la *El legado de Bourne* (*The Bourne Legacy*, 2012).

La seva *opera prima* ha obtingut molt bones crítiques per part dels telespectadors i també dels mitjans, que han elogiat especialment la interpretació de Jake Gyllenhaal com a protagonista de la història. Així, per exemple, el *The New Yorker* avalen la versemblança del relat: “The momentum and clarity leave us with a sense that we have

¹²⁴ “Jo vull ser el propietari de la cadena de televisió. El negoci va bé però per al següent nivell he d’anar per davant dels meus competidors i arriscar-me. També necessito suport financer per al meu pla”.

¹²⁵ “Fa poc he après que la majoria d’americans veuen les notícies per estar informats. També he sabut que la mitja hora de promig de Los Angeles resumeix la informació sobre política local, com l’ordre públic, transport, educació i immigració en 22 segons. No obstant, els successos locals no només encapçalen les notícies sinó que apareixen 14 vegades en la programació, això són cinc minuts i set segons. La KWLA depèn molt d’històries com aquesta. I com l’índex de criminalitat està disminuint, un treball com el meu és especialment valuós. Com els animals exòtics. Imagino que em necessitareu més quan es mesuri el *share* del mes que ve.”

seen something being reported, not dreamed up—a vital advantage, in a story about the ravening quest for news.”¹²⁶ D’igual manera, *The Guardian* també corrobora el gran treball tant del director com de l’actor:

“Gilroy maintains the dramatic tension and satirical fizz to the very last second and doggedly maintains the focus on Lou himself, with all his needling and posturing and bullying. There is something almost physically pleasurable in seeing an actor driving a role as confidently as this.”¹²⁷

Pel que fa els mitjans espanyols, aquests també qualifiquen positivament el film. Per exemple, *El País* subratlla la qualitat dels diàlegs:

“Gilroy, guionista y director, ha creado un personaje apasionante al que Jake Gyllenhaal pone rostro demente, ademanes peligrosamente suaves y una cadencia en los diálogos que, literal, aterran.”¹²⁸

Un altre exemple el constitueix l’*Ara*, el qual se centra en la macabra història que s’hi narra sobre el periodisme:

“Gilroy enquadra en un potent thriller d’ambient fosc i malsà una visió gens complaent del periodisme, un món on mana la fascinació de les audiències (i alguns periodistes) per les imatges-xoc cruentes i immediates que emmirallen i nodreixen les pors d’una classe benestant, urbana i blanca.”¹²⁹

¹²⁶ “L’impuls i la claredat ens deixen amb la sensació que hem vist alguna cosa que informa, real, no somiat, un avantatge important en una història sobre la recerca voraç de notícies.” Lane, A. (3 de novembre de 2014). Making the News. “Nightcrawler.” *The New Yorker*. Recuperat de: <http://www.newyorker.com/magazine/2014/11/03/making-news-2>

¹²⁷ “Gilroy manté la tensió dramàtica i l’efervescència satírica fins a l’últim segon i obstinadament manté l’enfocament en el propi Lou, amb tota la seva punció i la postura i la intimidació. Hi ha alguna cosa gairebé físicament plaent de veure un actor que condueix un paper amb tanta confiança com aquest.” Bradshaw, P. (30 d’octubre de 2014). Nightcrawler review: Gyllenhaal hits career high. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2014/oct/30/nightcrawler-review-jake-gyllenhaal-thriller>

¹²⁸ “Gilroy, guionista i director, ha creat un personatge apassionant al que Jake Gyllenhaal posa rostres dement, posats perillosament seus i una cadència en els diàlegs que, literalment, aterreixen.” Ocaña, J. (30 de gener de 2015). El carnaval de las tinieblas. *El País*. Recuperat de: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/01/29/actualidad/1422550166_842373.html

¹²⁹ Iglesias, E. (29 de gener de 2015). Nightcrawler. *Ara*. Recuperat de: http://www.ara.cat/suplements/play/Nightcrawler_0_1294670529.html

5. LES VEUS DE LA PROFESSION

Nou entrevistes sobre periodisme

Després d'haver analitzat amb deteniment les deu pel·lícules i d'haver reflexionat sobre els temes que s'hi tracten, arriba el moment de treure aquestes qüestions a la llum, de sortir al carrer i demanar als experts, als professionals, per saber què en pensen ells. Són periodistes, escriptors que també reflexionaran sobre assumptes que el setè art ha volgut mostrar de la professió periodística.

He investigat en els estudis que s'han fet sobre com el periodisme és representat en el cinema, he analitzat deu pel·lícules on el periodista n'és el protagonista. Però ara, arribats a aquest punt, s'ha de fer periodisme.

5.1. LA IMPORTÀNCIA DE LES FONTS:

PEPE RODRÍGUEZ

“La veritat no existeix, tots som consumidors de la veritat que ens interessa”

Pepe Rodríguez és doctor en Psicologia i periodista d'investigació de referència des de 1976. Ha publicat més de vint llibres sobre temes sectaris, religiosos i de drogoaddicció entre els quals destaquen 'Traficantes de esperanzas' (1991), 'Pederastia en la Iglesia católica' (2002), '11-M: Mentira de Estado' (2003) i 'Mitos y tradiciones de la Navidad' (2011), entre molts altres. A més a més, ha treballat en diversos mitjans com ara Televisión Española, Catalunya Ràdio i Radio Nacional de España i el 2007 va rebre el premi al millor periodista d'investigació concedit pel Col·legi Oficial de Detectius Privats de Catalunya.

Com aconsegueixes que les fonts vulguin compartir informació?

Jo sempre dic que és com ballar. Però ballar a l'antiga, ballar agafats però fent entendre a la teva parella qui posa la música i qui mana. Per tant, has de seduir.

Com sedueixes la font?

Amb experiència. D'altra banda, hi ha persones que li surt naturalment i altres que ho han d'intentar aprendre. Tots intentem seduir els altres. Ho fem millor o pitjor, però hem de perfeccionar aquesta qualitat perquè ningú ens portarà allí on volem anar, ningú ens dirà allò que volem que ens conti si no hi ha una relació quasi íntima.

Quins errors són els més freqüents a l'hora de tractar amb les fonts?

Parlar de fonts és com parlar de mantenir relacions amb la gent. Cada persona, cada col·lectiu té unes peculiaritats. Llavors, nosaltres juguem diferents rols amb cada col·lectiu i ens comportem de manera diferent amb cadascun d'ells. Perquè les fonts són persones que estan en un context determinat, amb una relació concreta envers nosaltres. El problema fonamental és arribar a crear un pont de confiança i, quan l'hem creat, no fer res que el pugui trencar.

Com per exemple identificar la font en la informació.

Clar. També depèn de la relació i del tracte. Per exemple, jo puc tenir una bona relació amb un ministre o amb un enginyer i això vol dir que se'm posarà al telèfon i a tu, que no tens aquesta font, no. Però, a partir d'aquí, poden passar moltes coses. Que allò que la font em digui ho pugui utilitzar i posar-ho en boca seva, o no. Per tant, que l'identifiqui o no depèn del pacte amb la font.

Però quan no pots identificar la font la credibilitat es pot veure afectada negativament.

Una informació anònima s'ha de tractar amb molt de compte i només s'ha de fer en casos puntuals. Però la part positiva que té una font que no pots identificar, si és bona i de confiança, és que aquesta et dona un camí, unes pistes que tu pots provar o confirmar d'altres maneres. Demanant-se quins són els beneficiaris i els afectats, tens una pista per a començar a treballar. Per tant, si és bona, una font anònima sempre és important.

Llavors cada font s'ha de tractar de diferent manera.

Sí. El tracte ha de ser diferent si es tracta d'una persona tímida, narcisista... El cas, el rol i l'àmbit són els mateixos, però la manera d'apropar-te i de tractar-la és molt diferent. Si féssim un manual de com tenir un bon tracte amb les fonts, no deixariem de fer una mica de demagògia. Per tant, cal conèixer la persona que tenim a l'altre costat, fer un poc de "psicologia", de tenir l'habilitat de veure la gent com és i, en conseqüència, també de com es pot sentir millor amb tu. La comoditat és molt important, s'ha d'intentar que no hi hagi gaire espai entre els dos.

L'*off the record* sempre s'ha de respectar?

És un pacte. Amb una font tu pots fer molts tipus de pacte i no n'hi ha un de millor o de pitjor. L'ètica depèn de tu. Si jo com a font et poso unes condicions, tu les pots acceptar o no. Si com a periodista em poses unes condicions, jo com a font les puc acceptar o no. És un pacte on tot s'hi val i, un cop s'ha acceptat, s'ha de respectar.

Però el ciutadà també té dret a saber com has aconseguit i d'on has tret la informació.

Una cosa és allò que voldríem i una altra és allò que podem tenir. L'obligació com a periodista és informar amb el màxim rigor, veracitat, contrast... Aquesta és la nostra

obligació. Però, en tot cas, si tu fas una bona feina la teva responsabilitat social està coberta.

Ha d'haver-hi un acte de fe.

Clar. Sí conec el que ha escrit abans el periodista, els seus treballs, sé si em puc fiar d'ell.

Això vol dir que els lectors haurien d'estar educats i no ho estan?

Certament. Per això s'ha produït un mal consum d'informació que ha deteriorat i ha pervertit tota l'estructura d'elaboració d'informació. S'ha arribat a un punt que ja no es confia amb ningú. S'ha trencat aquesta confiança i el que tu em dius ja no m'ho crec simplement perquè ets periodista. Llavors jo com a consumidor, depenent de la meua ideologia, em creuré més el que diu *El País*, *La Razón* o *El Periódico*.

El lector escull què vol llegir.

Això està dintre del joc psicològic, hipòcrita i fals. La veritat no existeix, tots som consumidors de la veritat que ens interessa. Per tant, si jo vull veure el món d'una manera, llegiré aquells mitjans que ho contenen de la manera que a mi m'interessa. Vull rectificar-me en la meua idea de la meua realitat. La realitat no existeix o és tan diferent i tan diversa que no la podem contar. Per tant, quan hi ha moltes veritats no n'hi ha cap, el que hi ha són versions de la realitat.

Quan hi ha una tragèdia, els periodistes acudeixen primer als veïns.

El testimoni de la família de la víctima i dels veïns és el que menys m'interessa. Perquè per entendre què ha passat al Tibet i per què ha passat no m'interessa l'opinió d'algú o de vint milt persones. M'interessa, en tot cas, conèixer per què quan tremola la terra cau tot, com estava construït el país, què passava. Si podem aconseguir conèixer això, podrem entendre i explicar per què ha caigut tot i al Japó, que tenen terratrèmols cada dia, no cau. Per tant, això ens fa dirigir-nos a temes com la pobresa...

La màxima responsabilitat amb les fonts la té el periodista.

Sí. Qui ha de tenir una bona capacitat per adquirir bona informació de bones fonts és el periodista. El receptor ha de creure en el periodista perquè no pot fiscalitzar-lo. Qui ho ha de fer, en tot cas, és el seu cap. Els nord-americans, per exemple, si l'assumpte és

prou important, es miren el text quinze periodistes. Aquí no ho fa ningú, no s'ho mira ni qui ho ha escrit.

Tot és qüestió de confiança?

Hi ha dos nivells: el periodista ha d'establir la confiança absoluta amb les fonts i el consumidor ha d'establir una confiança amb els seus proveïdors d'informació. I cadascun d'ells controla el seu nivell. I, en tot cas, tots hem de controlar l'administració. Per això, cal una transparència per part d'aquesta, que no n'hi ha. El lector no pot establir confiança amb la informació en funció de conèixer o no quines fonts s'han utilitzat. Ets tu, com a periodista, qui ho ha de garantir. I com que això no passa, tenim un periodisme molt mediocre.

A qui pertanyen les fonts?

Les fonts són una " propietat " del periodista, no del seu cap. Són teves i les pots compartir en un moment determinat si hi ha un pacte amb la font. Si el teu cap vol parlar amb la teva font perquè confirmi que ha dit realment allò, la font s'hi pot negar.

Llavors aquí hi ha un problema.

És un problema que resoldrem en funció de la confiança que el cap tingui amb el periodista en qüestió, o del risc de publicar la informació amb nom o sense nom i sense cap gravació al darrere. Aquí ja estem parlant de responsabilitats jurídiques que s'han de tenir en compte. Perquè estem jugant amb assumptes delicats, tant per la gent de la qual parlem com la gent que parlarà d'allò que nosaltres hem parlat. I, per tant, l'ús de les fonts és fonamental.

Com es van fabricant les fonts?

Tenir fonts, apropiat-te de fonts vol dir que portes un temps treballant en el qual has anat contactant amb gent i que has anat generant aquests llaços. Anem fabricant fonts depenent amb els nostres camps i àmbits d'interès.

Llavors el bon periodista també es definiria segons la seva agenda de contactes.

L'agenda d'un periodista és fonamental per valorar la seva professionalitat. Un bon periodista és aquell que té accés a molta gent i que té aquesta relació de confiança per poder contrastar la informació i per, en definitiva, poder fer la seva feina.

5.2. EL PERIODISME I EL PODER:

ÁLEX SÀLMON

“És una rutina democràtica que els diaris busquin les pessigolles a la classe política”

Álex Sàlmon és director de l'edició catalana de El Mundo des de l'any 2001 i impulsor del suplement cultural Tendències d'aquest mateix diari. Ha escrit guions per a la televisió, tot i que sempre ha estat vinculat al món de la premsa i de l'àmbit cultural i ha participat en tertúlies de CatRàdio i TV3. A l'any 2007 va publicar un llibre sobre el partit polític de Ciutadans (C'S) titulat 'El enigma Ciutadans: un misterio político al descubierto'.

A Ciudadano Kane, el gran magnat de comunicació diu que “és divertit dirigir un diari”. Què en pensa?

Sí. És divertit però no per fer diners, sinó per l'impacte que tenen les teves decisions amb allò que passa l'endemà. Segurament la paraula divertit és una mica irresponsable perquè no és la sensació del divertiment, sinó el fet que estàs influint positivament en allò que la societat està visualitzant amb els temes informatius.

Quin tipus d'impacte es pot produir?

Aquest impacte pot ser en assumptes més o menys importants. Per exemple, quan publiques la història d'una noia que ha escrit una novel·la que no li ha fet cas ningú i que a partir d'aquella decisió de publicar aquesta informació, l'escriptora s'ha anat fent famosa. I passen quatre o cinc mesos i aquell llibre és un dels més venuts perquè tu vares proposar aquella entrevista a la secció de Cultura. Els impactes estan en aquestes coses petites com també en els grans titulars de portada sobre temes d'irregularitats de la vida pública.

Com és el cas de la publicació del compte que suposadament tenia llavors l'alcalde de Barcelona, Xavier Trias, a Suïssa.

No, és més important la publicació que estaven investigant i buscant un compte a Suïssa. I va provocar que l'endemà Trias gestionés aquesta crisi com ell va considerar oportú. Després, nosaltres el dia següent vàrem publicar la segona part de la informació amb un número de compte. El banc va dir que aquest compte no existia, però clar, estem parlant de comptes que no existeixen, que són opacs i no tenen un número normal. Per publicar una informació tan important i delicada, has de tenir la seguretat que és cert i que les teves fonts són bones.¹³⁰

Qui decideix si una informació es publica o no?

El director del diari. En el cas del Trias, per exemple, va ser el Casimiro. El cas de l'Àngel Ros, que el varen enganxar comprant roses per la seva dona i altres més coses, he estat jo qui ho ha decidit. Per tant, depèn de l'àmbit al qual pertany la informació. Una altra qüestió és l'opinió del diari, que no la fa només el director, sinó també la redacció. És una opinió consensuada.

En aquest sentit, quina ha estat la seva trajectòria per *El Mundo* de Catalunya?

Fa catorze anys que sóc director i han passat una sèrie de temes que han impactat moltíssim a la societat. Encara que el nostre diari no sigui el més venut, sí que diria que és el més mencionat en els altres mitjans.

Diria que el diari és molt polèmic?

Pot ser sí. Però no perquè vulgui ser polèmic, sinó perquè publica informacions que tenen una gran repercussió. És una rutina democràtica que els diaris busquin les pessigolles a la classe política perquè aquesta sàpiga que hi ha una sèrie de diaris que estan darrere de les seves accions.

Com s'aprèn a dirigir un diari?

Fent molt de periodista en una redacció. És fonamental mirar i observar com fan els altres.

¹³⁰ Veure notícia: Inda, E. (27 d'octubre de 2014). Investigan una cuenta de 12,9 millones de Xavier Trias en Andorra. *El Mundo*. Recuperat de: <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/10/27/544dfbfa22601df70d8b456e.html>

Cal una formació específica?

No. Jo sóc un periodista que ve de l'àmbit cultural i fa catorze anys que pràcticament escric sobre política. No és habitual venir d'aquest àmbit, la majoria vénen del periodisme polític o del periodisme econòmic. Jo vaig estar tres anys a Madrid com a cap de Cultura i allò va ser un màster observant el que feia el Pedro J. Ramírez.

És la teva referència com a director?

Absolutament. És el meu referent en el dia a dia, amb la cuina petita que hi ha en un diari: la conversa amb un redactor, amb una font, amb els lectors que et passen informació, la construcció d'un titular....

Qui decideix la portada?

A Madrid fan la seva portada i nosaltres anem darrere d'ells. És a dir, agafo la portada de Madrid i canvio algunes coses o no depenent de si ens interessa.

Ha de canviar sovint la portada?

Des de fa uns set o vuit anys no ens fa falta tocar massa la portada perquè la majoria dels temes són catalans. I si no hi ha temes catalans a la portada és perquè no són interessants. A partir del 2007 la quantitat de portades catalanes està molt per sobre de la mitjana.

Per què?

Per els casos de corrupció, del tripartit, de la independència...

Quins problemes creu que tenen els diaris avui dia?

La manutenció, és a dir, tenir els ingressos suficients per a mantenir una redacció. I això, que abans no passava pel director perquè hi havia departaments comercials, ara també és un assumpte que passa pel director que, al final, és qui té el poder. Tots els directors estem treballant molt a prop de les àrees comercials per aconseguir ingressos.

D'on provenen la majoria d'ingressos?

Això ha anat canviant. Abans era bàsicament de la publicitat i després per la venda. I el percentatge de la publicitat sempre era superior al de la venda. Aquests percentatges

continuen encara avui dia però els dos han baixat considerablement. El de la publicitat ha baixat aproximadament en un 60% i el de la venda, un 40%.

El nivell de dependència dels mitjans de comunicació respecte la publicitat sembla preocupant.

Això se soluciona molt ràpidament i per mi sempre ha estat així. Un ha d'estar disposat a perdre un patrocini publicitari per una informació que es publica. Jo puc arribar a grans acords amb La Caixa, amb l'Ajuntament... De fet, l'Ajuntament era un dels grans patrocinadors del nostre suplement de *Tendències* i, des de fa dos anys, no li dedica cap pressupost arran de les informacions que hem publicat. Un ha d'estar disposat a perdre-ho tot.

Però si es perden els patrocinadors, com es manté el diari?

En cerques uns altres. Clar, això ho podem fer els diaris que ja tenim una certa musculatura. Però el que no pots fer és perdre la confiança del teu lector, que és el qui mana. I això nosaltres ja ho hem patit, per exemple, amb el famós cas “stock options” de Telefónica. Ens van retirar 3.000 milions de pessetes de l'època en publicitat perquè vàrem publicar que el seu president, quan estava a la tabacalera, va fer diners amb la venda de les accions... Però és igual, perquè si no et passa amb La Caixa et passarà amb el Santander i així successivament.

No es tracta de fer amics.

Aquí no hem vingut a fer amics. Hem vingut a fer periodisme i a buscar informacions que siguin veritat.

5.3. LA DEONTOLOGIA PERIODÍSTICA:

ROGER JIMÉNEZ

“A Espanya no hi ha cap diari que tingui un percentatge elevat de credibilitat”

Roger Jiménez és el president de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya (FCIC), una emanació del Col·legi de Periodistes de Catalunya, l'objectiu de la qual és vetllar pel compliment de la deontologia periodística dels mitjans. També va ser redactor en cap de l'agència Europa Press, director de Efe a Catalunya, sotsdirector i director adjunt de La Vanguardia. En aquest diari també va ser el primer defensor del lector. A més a més, també és autor del llibre 'Les desventures de Post Aventura' i 'Imperio Berlusconi'.

En quin moment està el periodisme a Espanya?

En un molt mal moment. Però la premsa convencional, els diaris que abans es deien “de referència” són de referència encara, com ara *El País* o *La Vanguardia*. Eren diaris que estaven al servei de la societat i d'alguna manera creaven un sentit de comunitat. El 28 de gener els set diaris de més difusió a Espanya van sortir amb una portada que era del Banco Santander que feia beques PYMES. El Santander es va negar a dir el cost d'aquesta operació.

Això seria un exemple de males pràctiques.

Això seria un exemple que la publicitat mana. Aquí a Catalunya en tenim un altre. Els quatre diaris més importants: *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico* i *l'Ara* tenen un membre que seu al consell d'administració de La Caixa Bank. Quatre diaris, un banc.

I no hi ha impediments per a que això no passi?

Qui pot posar impediments? És una activitat privada i poden fer el que vulguin. Ara bé, la credibilitat viatja en metro.

Quina missió té el periodisme?

El periodisme ha d'ajudar la gent a entendre el món en què estem. Per això, cal que la informació sigui veraç, contrastada, deslligada de l'opinió i contextualitzada. Per exemple, quan va ocórrer l'homicidi voluntari de la companyia aèria alemanya Germanwings, tots els diaris publicaven la portada amb un interrogant, "per què?". Els diaris no estan per a preguntar, estan per a donar explicacions. I si no les tenen, les han de buscar.

La cobertura d'aquest cas és un bon exemple de morbositat també. Es posava cara, nom i cognoms a cadascuna de les víctimes.

Quan hi ha una tragèdia es tendeix a espectacularitzar molt la informació. I si ha nens per enmig encara més. No hi ha respecte.

Al llarg de la seva història, el FCIC ha rebut moltes queixes dels lectors?

En aquests 17 anys d'història del FCIC s'han etès 627 queixes tramitades i resoltes dels lectors, oients i telespectadors.

Creu que són moltes?

Si ho comparem, perquè sempre s'han de comparar, el consell de premsa de Finlàndia atén cada any 300 queixes, la meitat de les que nosaltres hem rebut i despatxat en 17 anys. I hem de tenir en compte que Finlàndia té un territori que es correspondria amb les tres quartes parts del territori espanyol i té una població d'uns quasi 5.000 milions d'habitants, per tant bastant inferior a la catalana.

Hi ha queixes que no s'hagin tramitat al FCIC?

Sí, algunes no s'han acceptat perquè no s'aportaven dades de valor o perquè eren només consultes. Quan era defensor del lector a *La Vanguardia*, molts de lectors es queixaven que no publicava les cartes que rebia. Però és que això no és un tema del defensor del lector. El defensor del lector està aquí per tramitar, atendre les queixes relacionades amb els continguts del diari com ara una falsedat o una errada. I el Consell també fa aquesta feina.

Després que un lector emeti la queixa sobre un text, quin procediment es duu a terme?

La persona hauria de dir quins articles del Codi es vulneren. Llavors, nosaltres decidim si la queixa està fonamentada i demanem al mitjà implicat unes al·legacions per a veure què té a dir sobre el tema. En l'opinió no acceptem la queixa a no ser que aquesta es basi en fets incorrectes o falsos. Per exemple, l'ABC deia un dia que a Catalunya estava prohibit el castellà a les escoles. Llavors vàrem tramitar aquesta queixa, la vàrem publicar i, finalment, la vàrem enviar a la FAPE, i ells també ho varen publicar.

I després que el mitjà respongui a la queixa?

Es designa un ponent i, si el tema és complex, pot ser més d'un. Després, el ponent estudia el cas i en fa un esborrany. Aquesta ponència es distribueix entre tots els consellers. Llavors, alguns poden fer alguna objecció i ens posem d'acord tots sobre el tema, s'aprova i se li comunica a la persona que ha presentat la queixa i també al diari.

El mitjà té l'obligació de publicar la resolució de la queixa, si ha comès alguna falta?

Nosaltres demanem que publiquin la resolució però quasi cap ho fa. Però nosaltres sempre ho publiquem a la nostra web. Si un diari rectifica un error, no perd credibilitat davant dels lectors. En canvi, si mira cap un altre lloc, fent veure que no ha passat res, sí.

Quant de temps pot passar fins que es resolgui una queixa?

Depèn. Una queixa, per exemple, va estar processant-se un any, però això és inusual. Normalment, si es tracta d'un tema senzill, pot portar algunes poques setmanes.

Quines són les faltes que més cometen els mitjans?

La barreja d'informació i d'opinió.

Però no és un tema molt complicat, distingir entre informació i opinió?

No, perquè la informació té una tècnica de redactat que la fa absolutament diferent a l'opinió. L'opinió emet judicis de valor. El periodisme angloamericà, que és capdavanter en aquest aspecte, es va plantejar la professió periodística no com una arma llancívola, sinó com un producte de qualitat. Per exemple, si tu vas al supermercat i

compres llet, aquesta ha d'estar en bon estat i no caducada. Després de la independència dels Estats Units, els diaris tenien una gran qualitat i, independentment que l'editor d'aquell diari es proclamés republicà o demòcrata, les notícies eren objectivament impecables.

A Europa no és així?

La premsa a Europa ha estat sempre dotada d'un important element propagandístic: o de sermó, per part del sector eclesiàstic, o polític i sindical. Això no es dona en l'àmbit angloamericà. En aquest moment a Espanya no hi ha cap diari que tingui un percentatge elevat de credibilitat. Això és molt greu.

Com podríem millorar aquesta situació de manca de credibilitat?

Això té a veure amb la situació general del país. En aquests moments els poders econòmics manen sobre la política i els poders polítics no estan sotmesos a l'ètica, no la respecten. No hi ha cap empresa de l'IBEX 35 que sigui transparent, a les seves webs no expliquen qui són, qui forma el consell... Aquestes empreses pressionen els diaris perquè no parlin d'ells. Hi ha mil maneres de pressionar i comprar periodistes és molt barat.

Per tant, l'ètica ha d'estar per sobre de tot.

Ja ho deia Kapuscinski en el seu llibre *Los cínicos no sirven para este oficio*. Una mala persona no pot ser un bon periodista, deia ell. Però jo tinc els meus dubtes. Una mala persona sí que pot ser bon periodista. El que passa és que en el moment que exerceix de mala persona, deixa de ser periodista i passa a ser una altra cosa, un pobre diable. La temptació viu al pis de sobre. S'ha de tenir la voluntat de respectar les lleis i, naturalment, els codis deontològics.

I les empreses periodístiques què han de fer?

Han de ser conscients que el periodisme d'investigació ha de tornar. Ha desaparegut perquè és car i, a més a més, podria dir coses que afecten el mateix propietari de l'empresa que els està pagant el sou.

Com afecta la crisi econòmica que estem vivint a l'ètica periodística?

Avui dia hi ha molta por a les redaccions. I la por sempre és paralitzant tant a nivell col·lectiu com a nivell individual. Mai és bona.

Llavors, què pot fer el periodista?

Una de dues: o agafes i abandones l'ofici o li dius al teu cap de redacció “d'acord, que he de fer?” i, llavors, sotmetre't a les directrius. I l'única manera que les coses millorin és participant i no desistir. Com a lector o com a lectora, ciutadà o ciutadana, s'ha de demanar qualitat. Tots tenim el dret a aquesta exigència pel fet de ser ciutadans d'un país que teòricament és lliure. Però, tal com diu l'últim informe de la Freedom House, Espanya ja no és un país lliure en llibertat de premsa. És parcialment lliure. No estem al mateix nivell que Corea del Nord o Cuba però...

En comptes d'avançar cap a una major llibertat, a mesura que passa el temps, estem endarrerint-nos realment?

El temps moltes vegades no és el millor amic per a resoldre problemes. Al contrari en aquest cas.

5.4. LA RESPONSABILITAT SOCIAL DEL PERIODISTA:

MANEL ROS

“Per a ser periodista només cal tenir una visió crítica i tenir ganes d’explicar la realitat”

Manel Ros és llicenciat en Sociologia i és també el coordinador de la web de la Directa, un diari que va néixer en paper el 2006 en un clima de malestar social general que va desembocar en la proliferació de ocupacions, desnonaments i noves organitzacions assembleàries en els barris de Barcelona. A més a més, també està afiliat a l’IAC (Intersindical Alternativa de Catalunya).

A la vostra web expliqueu que a la Directa “entenem la comunicació com una eina de transformació social”. Què vol dir això exactament?

A través del periodisme, a través d’explicar què passa al món, bàsicament s’està transformant la societat. Ja sigui explicant que hi ha alternatives més enllà d’aquest sistema o explicant que hi ha gent que es mou i lluita per canviar el món.

Quan i com va néixer aquesta iniciativa?

La Directa neix fa deu anys quan persones de diferents publicacions de Barcelona, concretament de diferents barris, es varen adonar que necessitaven una publicació més general. A partir d’aquí, es reuneix una comissió de quatre o cinc persones que decideixen tirar això endavant.

En què us diferencieu respecte dels altres mitjans espanyols?

El periodisme, a l’Estat espanyol i a tot el món, s’ha anat convertint cada cop més en una empresa. Abans sí que hi havia una vocació no tant de fer diners, sinó d’explicar què estava passant.

I això s’ha perdut?

Personalment, crec que abans els periodistes eren més lliures per explicar certes coses. A mesura que el neoliberalisme ha anat aplicant les seves receptes, més que mitjans de

comunicació podríem parlar d'empreses de comunicació de les quals moltes estan controlades directament per bancs. I això ha anat reduint progressivament allò que els mitjans poden explicar.

Llavors la *Directa* no seria una empresa de comunicació?

No. La *Directa* està formada bàsicament per activistes de moviments socials, periodistes que entenen la professió com una eina de transformació social. Sí que és veritat que actualment estem en un procés de convertir-nos en una cooperativa, si és que ho aconseguim, i llavors ja no seria una empresa a l'ús però sí una cooperativa.

Com es financia la *Directa*?

Bàsicament, a través de subscripcions que corresponen un 80% del finançament. Després hi ha una part de publicitat que ara deu representar un 5%. A la *Directa* tenim establert que la publicitat ha de constituir com a màxim un 15% del finançament, perquè no volem dependre de la publicitat. A més a més, els anuncis de la *Directa* estan acotats i regulats, és a dir, no pot aparèixer qualsevol tipus de publicitat.

Qui pot participar en la *Directa*?

Qualsevol persona, sigui periodista o no, que tingui ganes d'explicar què passa al seu voltant. La persona interessada només ha de posar-se en contacte amb nosaltres i assistir a una reunió per explicar-li com funciona tot.

Llavors impulseu el periodisme ciutadà.

Es podria dir que sí. Sempre intentem que tot sigui el més rigorós possible. El periodisme que ve dels moviments socials pot ser a vegades ha tingut una vessant més pamfletària. Nosaltres intentem que això no passi. No demanem currículums ni títols de periodisme, només cal tenir ganes de canviar les coses.

Però els que no han cursat estudis de Periodisme deuen necessitar més una guia per escriure les informacions...

Sí, per això hi ha els coordinadors de les diferents seccions de la web o del paper. Els coordinadors reben els textos i en fan una valoració de la seva qualitat. És sorprenent com hi ha gent que no ha escrit mai una notícia i ho fa realment bé.

Creus que no és necessari, llavors, estudiar per a ser periodista?

No estic dient que anar a la facultat de periodisme sigui una pèrdua de temps, perquè de fet jo mateix vaig estar a punt d'anar-hi, però sí que és veritat que a vegades hi ha gent que surt de la facultat i els textos que envien no són molt aptes. I hi ha altra gent que no ha fet la carrera de Periodisme i té molt clar els conceptes, l'estratègia d'explicar els fets. Per a ser periodista només cal tenir una visió crítica i tenir ganes d'explicar la realitat. Després cadascú sap expressar-se millor o pitjor.

La *Directa* no està formada principalment per periodistes?

Com a molt, diria que està formada per un 50% de periodistes. Tenim persones que han cursat estudis d'economia, de publicitat, de polítiques...

Quines informacions us interessa cobrir?

Intentem parlar de temes que altres mitjans no tracten. Hi ha molta informació que no diuen perquè no els interessa, com ara temes d'ocupació. L'exemple més clar és el de Telefónica.¹³¹ Pràcticament no se n'ha parlat perquè Telefónica té molta publicitat ficada als mitjans. D'altra banda, també depèn molt de les propostes de la gent. Si algú proposa alguna peça que més o menys encaixa amb la *Directa*, la fem.

Quin tipus d'informació encaixa amb la *Directa*?

Crec que es tracta de denúncia, d'una mena d'abús per part de l'administració, d'empreses o d'autoritats. També qualsevol alternativa que surti de l'habitual i que no estigui patrocinada per l'administració o per una empresa, sinó per la pròpia gent. Per exemple, fa poc hem publicat un article sobre la Barceloneta on els veïns s'estan organitzant en una associació que ha creat uns 400 llocs de treball en un any, mentre que la Marina Port Vell, que està patrocinat per l'Ajuntament, només n'ha creat 75.¹³²

Heu tingut alguns problemes per publicar aquest tipus d'informacions?

No gaires. Sí que a vegades ens pot trucar algú que ens digui “això és mentida”, “traieu-ho” o “canvieu-ho”. Si està equivocat ho rectifiquem, que a vegades pot passar, però si

¹³¹ Benítez, I. (12 de maig de 2015). La Generalitat convoca Telefónica i les subcontractes arran de la denúncia de vulneració del dret a vaga. *Directa*. Recuperat de: <https://directa.cat/generalitat-convoca-telefonica-subcontractes-arran-de-denuncia-de-vulneracio-del-dret-vaga>

¹³² Veure notícia: Hernández, A. (12 de maig de 2015). La Barceloneta: quan el veïnat genera més llocs de treball que l'Ajuntament. *Directa*. Recuperat de: <https://directa.cat/actualitat/barceloneta-quan-veinat-genera-mes-llocs-de-treball-que-lajuntament>

no ens hem equivocat i tenim les fonts que reafirmen la nostra informació no ho canviem. Fa gràcia perquè també hi ha vegades que truquen i demanen per parlar amb el director, que no tenim. En aquest cas, es parla amb la persona que ha escrit l'article.

Teniu una organització horitzontal.

Sí, el més horitzontal que es pot. Jo sempre dic que no tenim un director, sinó que en tenim 150.

5.5. LA DONA PERIODISTA:

JUANA GALLEGO

“Moltes dones no marxen com a corresponsals per sotmetiment a la família”

Juana Gallego és periodista i professora de la Universitat Autònoma de Barcelona. D'origen malagueny, des del 1981 resideix a Barcelona on ha publicat diversos llibres, com ara Mujeres de papel. 'De ¡Hola! a Vogue, la prensa femenina en la actualidad' (1990), 'La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género' (2002) i De reinas a ciudadanas. Los medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad? (2013), entre d'altres.

Com definiria la dona periodista?

Ha hagut moltes dones periodistes però diria que destaca per la seva curiositat. És aquella que qüestiona, des de ben aviat, el *status quo*. Així com en altres professions, com ara la infermera o la professora, es para més atenció a les necessitats humanes; en el periodisme, en canvi, no es tracta de tenir cura dels altres sinó de curiositat vital. Llavors, el problema és que aquesta curiositat vital tradicionalment no ha estat una actitud fomentada en les dones. Les xafarderies sí però la curiositat intel·lectual, la curiositat per saber i per veure altres mons i cultures, no. Així doncs, tot això implica rompre amb un rol molt convencional.

En què es diferenciaria, llavors, del seu company masculí?

Jo no diria que els homes periodistes es diferencien de les dones periodistes sinó que les dones periodistes s'allunyen un poc de les altres dones. És a dir, les periodistes comparteixen amb els homes periodistes la mateixa visió de la vida, de no conformar-se sinó de descobrir coses noves.

La dona periodista es troba amb problemes respecte de l'home?

Sí. Pel fet de tenir atribuïda una autoritat, l'home que va viatjant pel món ho fa tranquil·lament en el sentit, per exemple, que no pensarà que l'agrediran. En canvi, la

dona, per la seva condició, ja és més vulnerable i sí que té aquesta por. Igualment, arran d'aquesta vulnerabilitat, també es creu que elles són més fàcils de manipular.

No té cap avantatge una dona periodista enfront d'un home?

Pot ser que algunes vegades sí. Precisament per la seva vulnerabilitat i perquè els homes tradicionalment s'han sentit més proclius a protegir-les o a menysprear-les, les dones ocasionalment utilitzen aquestes estratègies de fer-se la ximple, per dir-ho així, per a poder aconseguir més informació que un home, com ara confidències d'un polític. Són recursos que la dona sap que pot utilitzar.

En algunes pel·lícules que s'han analitzat en aquest treball, els detractors de la periodista es refereixen a ella com una prostituta.

Les dones que es fiquen en llocs que no haurien, per dir-ho d'alguna manera, poden ser vistes com a dones “lleugeres”. És veritat que les dones poden utilitzar recursos per aconseguir més informació, però no es tracta que tinguin relacions íntimes amb les fonts. Sinó que simplement són considerades “lleugeres” pel fet d'utilitzar unes altres armes. Així, quan la dona periodista pensa per sí mateixa i esdevé la persona que pot manipular i no ser la manipulada, automàticament es converteix en la dolenta. Mentre compleixes el que jo dic ets una dona bona, però en el moment en què actues d'una altra manera, sense seguir els meus dictàmens, et converteixes en la dolenta. O ets una dona decent, o ets una prostituta. No hi ha termes mitjos, ets una cosa o l'altra.

Davant un entorn usualment masculí, quines opcions té la dona periodista?

El periodisme, almenys fins fa poc, era un entorn molt masculí. I, per tant, les dones periodistes podien tenir molt poca capacitat d'elecció. La majoria es convertien en un d'ells, és a dir, intentaven imitar el model masculí. Una altra opció és el contrari: la dona que és conscient que té un rol diferent i intenta abordar aquells temes que li interessin. Però aleshores, automàticament, se la margina posant-li l'etiqueta de “feminista”. Finalment, la tercera possibilitat és que la dona s'automargini. Són aquelles dones que no volen ni convertir-se en una més ni trobar-se marginada dins la redacció. Així, marxa a altres escenaris més acollidors com la premsa femenina o els gabinets de premsa.

Però aquesta darrera opció no representa un problema?

Es podria veure així però si en una redacció no hi ha un cert equilibri, és molt difícil imposar-se i protestar. De fet, hi ha estudis que diuen que si una minoria no té un mínim d'un 30% de presència en un altre col·lectiu és molt difícil manifestar-se. És ara quan estem començant a arribar a aquest 30% i les dones se senten molt més segures perquè hi ha més companyes com elles.

Però en els càrrecs més elevats la representació femenina no és inferior?

Sí, no s'arriba a aquest 30%. En els nivells més alts continua passant el mateix, tot i que en les facultats de periodisme hi ha més dones que homes. Per tant, s'hauria d'estudiar perquè no arriben aquestes dones. Què passa pel camí?

Tal vegada tenen altres prioritats...

Això pot passar. I d'aquesta manera les periodistes entren en altres àmbits laborals. Conec moltes periodistes i alumnes meves que s'han anat cap al cultural, a l'organització d'esdeveniments... Allí tenen uns horaris més fixes i raonables, amb els caps de setmana lliures. Això és especialment important si tens nens petits. En el cas dels homes, el seu procés de socialització els ha dut a considerar la família com un aspecte secundari, no ha estat tan prioritari com per a les dones.

Com ha evolucionat la condició de la dona periodista?

Naturalment ha evolucionat positivament. Des d'aquesta idea que era una "cosa estranya" i que podia ser tractada com una dona "lleugera", que no es corresponia al típic model, ha passat a ser una professió en la que una dona es pot sentir molt còmoda i ben considerada.

Tenen diferents maneres de treballar en el periodisme, els homes i les dones?

Sí. A més a més, penso que les dones en aquest aspecte tenen una avantatge perquè, en general, són molt obertes, sociables i estableixen relacions fàcilment amb les persones. Aquesta empatia es posa de manifest sobretot en les corresponsals de guerra. Mentre que habitualment ells s'interessen més pel front i pels soldats; les dones es fixen més en la rereguarda, en els nens, en com viu la societat civil la situació... Així, crec que les dones poden aportar una mirada molt més àmplia i també molt més comprensiva globalment de la situació.

Què poden fer les dones periodistes per millorar la seva situació com a professionals?

És important que se sentin segures de sí mateixes i que es donin l'autoritat suficient com per a exercir la professió en el lloc que desitgin i que ho puguin fer d'acord amb les seves capacitats. I ser, en cert sentit, més egoistes. Moltes dones no marxen com a corresponsals per sotmetiment a la família. L'egoisme, ben entès, no és dolent. Si realment una dona té ambició d'aconseguir algun objectiu ha de ser capaç de dir a la família i amics: “jo ho faré, t'agradi o no”. Això és una cosa que les dones hem de millorar. És molt femení i molt típic posar els altres per davant de tu.

5.6. PREMSA DIGITAL I PREMSA EN PAPER:

ÀLEX GUTIÉRREZ

“La web d’un diari està famolenca de clics”

Àlex Gutiérrez és el cap de la secció de Mèdia del diari Ara i és el president de la Fundació Espai Català de Cultura i Comunicació (Escacc). A més a més, col·labora a mitjans com Catalunya Ràdio, Barcelona TV i La Xarxa. També va dirigir el portal Comunicació 21 i les revistes ‘Cultura 21’ i ‘Benzina’.

Quines diferències hi ha entre un diari en la seva versió en paper i en la seva versió digital?

L’Ara en digital és un mitjà en temps real, que no para mai i, per tant, de seguida que té una informació, la contrasta i la comparteix amb els seus lectors. Per tant, la immediatesa és molt important, tot i que no és l’única cosa. De vegades es tendeix a ser molt reduccionista en aquest sentit. Per la seva banda, el diari en paper és una fotografia fixa del dia anterior. És a dir, de tot el que s’ha anat fent i el que s’ha anat parlant en la redacció durant el dia, hi ha un moment en què diem “anem a ordenar-ho una mica”. I en aquest acte de fixació t’obligues a ordenar-ho i, en conseqüència, tens un punt més de reflexió.

Això vol dir que en la web no es reflexiona el suficient?

No. El periodisme en sí és escriptura ràpida i, a ser possible, bona. Si t’ho mires fredament, escriure una crònica en un dia d’una cosa que havia passa en un diari en paper, tal com es feia fa dos cents anys, volia dir arribar a un lloc, explicar-ho i, en menys de dotze hores, escriure-ho. Això ja implicava la necessitat de redactar molt ràpidament.

Ara ni tan sols tenim dotze hores.

És veritat. Pot ser tenim, com a molt, dues o tres hores. Jo crec que hi ha diferents gèneres i cadascun d’ells té el seu temps. És veritat que la immediatesa pot anar en contra de la profunditat o de la qualitat. Però també hi ha diferents *tempos*. Si ara, per exemple, explotés una boma aquí, en el minut u, no et fa falta aprofundir tant en el

succés, el més important és si hi ha ferits o morts i qui n'és el responsable. L'ideal és que hi hagi algú treballant en això i, alhora, tinguis algú que es pot despreocupar d'aquests interrogants immediats i comenci a pensar en altres qüestions del succés.

Llavors en un mitjà digital es necessita més gent?

Sí, perquè poden conviure diferents velocitats: la velocitat de la immediatesa i la velocitat de la profunditat. El dilema, al final, no és el paper *versus* el digital sinó el contingut de pagament *versus* el contingut de no pagament. A mi em sembla molt més interessant aquest debat. A l'*Ara*, una part molt significativa dels nostres lectors, dels nostres subscriptors, ens llegeixen en PDF. Això és periodisme digital o periodisme de paper?

Per què creus que la gent prefereix llegir el diari en PDF que no en paper? No és més incòmode?

En el mòbil sí que pot resultar un poc incòmode però ho tinc ja a les mans, un altre, en canvi, primer haurà de localitzar un quiosc per a comprar el diari en paper. Per tant, és més accessible el primer cas. D'altra banda, si tens una tauleta és molt més còmode de llegir i pots estar estirat al llit mentre llegeixes. D'aquesta manera, reprenent la pregunta anterior, en realitat seria periodisme digital perquè és un arxiu PDF però conceptualment és un diari en paper. El lector està llegint un diari que correspon a la foto fixa d'un moment que hem ordenat, que té una maquetació de paper i que, per tant, qui llegeix el PDF en realitat està llegint el diari en paper.

Consideres que la gent és conscient que hi ha continguts que s'han de pagar?

Si creiem que encara és possible que hi hagi continguts de pagament i que la gent els compri, el periodisme ha d'organitzar-se d'una certa manera i les empreses periodístiques també han d'organitzar la seva economia d'una determinada manera. Si assumim que els consums són gratuïts, i aleshores vol dir que hem de viure de la publicitat, llavors les empreses també han de canviar la seva estructura econòmica.

Quins problemes creus que ha portat la digitalització?

Principalment, crec que s'ha perdut un poc el contacte i el diàleg intergeneracional a les redaccions. Això es deu a dos motius. Primer perquè tothom corre molt i queda poc temps per a fer coses que no són immediatament productives com són la tutorització de

l'ofici a altres periodistes més joves que estan començant. I d'altra banda, en moltes empreses, la generació que té més de 50 anys els han fet fora perquè consideraven que s'estalviaven molts diners i que, a més a més, rejuenien les redaccions.

I algun avantatge?

Que és molt fàcil publicar. Però aquí també hi ha un problema i és que si publiqués i ningú et diu res i només et llegeixen els teus amics, com és normal al principi, és difícil millorar. Pot ser sí que podràs consultar les estadístiques de les entrades...

Però perquè un contingut sigui més visitat, més consumit, no necessàriament implica una major qualitat.

Exacte. Jo cada dia miro les estadístiques i també sé quins temes funcionen més que altres. Hi ha temes que a vegades són més impopulars, que sé que no tindran moltes visites però que, igualment, tinc la sensació que ho he de deixar escrit i que té una importància.

Amb la digitalització, estem més obsessionats en arribar els primers?

Tinc l'esperança, un poc kafkiana, que abans era encara més important. És veritat que arribar el primer en un lloc segueix tenint premi, com el tenia fa vint anys. Però si fa 50 anys, en premsa, arribaves el primer, el segon ja arribava vint-i-quatre hores més tard i així successivament. Si jo publico a les 10 del matí a la web una súper exclusiva, si es considera prou sòlida, al cap d'una hora o menys tots els altres diaris tindran alguna peça sobre això. Per tant, jo només hauré tingut una hora per presumir d'haver arribat el primer.

I la gent ja no s'enrecorda de qui ha publicat l'exclusiva.

A més a més, com que consumim molt en les xarxes socials, es perd el record de marca. I aleshores, la informació d'immediatesa, la que vas actualitzant al Twitter frenèticament, no és que et duri una hora, és que et dura dos minuts. Jo crec que el que ens pagarà els sous com a periodistes no dependrà de la immediatesa, d'aquests pocs segons. Amb això no dic que ens haguem de relaxar, hem de seguir lluitant, però respecte dels problemes que té el periodisme, la immediatesa és un ciuronet.

Llavors, quin consideres que és el principal problema que té el periodisme?

La seva sostenibilitat. D’una banda, el com es pot mantenir al món una professió que sigui la del periodista professional que cobra una nòmina i que, per tant, viu d’això, i en viu amb unes certes garanties i, per altra banda, com organitzem les empreses perquè tot això sigui sostenible. Com refer l’equació que fa quaranta anys estava resolta però que ara s’ha trencat per la baixada de les vendes...

Funcionen les mateixes informacions a la web que en paper?

La web d’un diari està famolenca de clics. Una altra cosa que ven el diari a part d’informació és la jerarquització. La jerarquització en el paper és molt clara, és més evident. En la web, l’ordenació és més caòtica i la jerarquització és menys evident per dos motius. El primer, perquè la majoria de la gent que consumeix notícies per internet no ho fa anant a la *home* i mirant tot el menú. Sinó que es fa pescant notícies que floten en les xarxes socials, per exemple, o buscant a Google un tema en concret. Per tant, no pots saber massa la importància que se li ha donat a la peça. És a dir, no puc saber si estava al principi de la pàgina web o estava al final de tot. La jerarquització de la web està més influïda per la “clicabilitat” de les peces.

5.7. L'APRENENTATGE DEL PERIODISTA:

JOSEP MARIA CASASÚS

“És més necessari que mai estudiar a les facultats i no aprendre al carrer”

Josep Maria Casasús és llicenciat en Dret, periodista, assagista i catedràtic de la Universitat Pompeu Fabra. Ha estat guardonat amb els premis de periodisme Avui (1979), Gaziol (1986), Joan Mañé i Flaquer (1988) i Antoni de Senillós (1994), entre molts d'altres. L'any 2011 li fou concedida la Creu de Sant Jordi i l'any 2013 també va obtenir la distinció Jaume Vicens Vives del sistema universitari català a la qualitat docent universitària. Recentment ha estat elegit Síndic de Greuges de la mateixa universitat.

Què es necessita per a ser periodista?

En primer lloc, la motivació. Aquesta motivació ve donada perquè t'agrada comunicar-te i, concretament, que t'agrada escriure. Aquesta va ser la meua motivació per fer Periodisme. M'agradava escriure i vaig pensar: “Amb què em puc guanyar la vida? De poeta no, de novel·lista potser sí però tardes molts anys...” L'única cosa que escrivint et pot donar una certa seguretat és el periodisme. Treballes en un diari i et paguen per escriure. La segona és la curiositat universal, que t'interessi tot el que passa pel món i tenir una actitud oberta. Aquests són els dos requisits inicials.

Cal una formació acadèmica?

Sí, jo crec que és necessària una formació universitària. El que no es pot dir és que una persona sense estudis pot ser periodista. Gairebé tots els periodistes anteriors a la meua generació i els de la meua encara som llicenciats en Dret.

Per què Dret?

Perquè és el que s'assembla més al periodisme. Per exemple, els que exerceixen d'advocats, fiscals i jutges, segueixen el mateix mètode científic per explicar allò que s'ha esvaït d'una conversa o d'un accident, que desapareix del món físic i ja no existeix.

Com es duu a terme aquesta reconstrucció?

Es contesten les sis grans preguntes que ja es preguntaven els clàssics grecollatins fa dos mil anys amb la retòrica: *quis* (qui), *quid* (què), *ubi* (on), *cur* (per què), *quomodo* (com), *quando* (quan). Això es plantejaven els advocats i juristes fa dos mil anys i els periodistes des que els americans van fer les primeres escoles de Periodisme a finals del segle XIX amb les 6W. Hem de reconstruir els fets que s’han esvaït de la realitat i explicar-los amb una precisió perfecta.

Per què és necessària la formació universitària?

Per a tenir uns coneixements superiors en qualsevol matèria, sobretot en aquelles més properes a allò que vols fer. Per exemple, per dedicar-te al periodisme econòmic és millor que facis primer estudis d’Economia i Empresa.

L’economista pot ser periodista o el periodista pot ser economista?

Això últim no ho crec. Quan vàrem fundar aquests estudis de la Pompeu ho vàrem fer amb aquesta idea: admetíem estudiants que abans haguessin fet qualsevol carrera (arquitectura, enginyeria, biològiques, lletres, història, dret...) i després feien dos anys de Periodisme. Aquests dos anys eren molt pràctics. En comptes d’aprendre-ho al carrer ho aprenien aquí. El periodista ha de tenir una formació perquè hi ha aspectes que només pots aprendre sistemàticament en el lloc de treball. Al carrer no s’aprén, a no ser que tinguis algú que es dediqui a ajudar-te. El problema és que a vegades es teoritzen massa els estudis de Periodisme.

Som escriptors frustrats?

L’obra es fa amb la lectura i amb els textos passa el mateix.

Però quan parlem d’informació no hauria de passar això.

Exacte. La regla X, que fa que no distingeixis entre realitat i ficció no hi ha de ser. El que expliquis ha de ser veritat, no pots enganyar el públic. En literatura sí, perquè és ficció. La regla X decau quan fas informació.

La majoria de gent és capaç de distingir entre realitat i ficció?

La majoria de gent, sobretot sense estudis, es creu tot el que es diu en la televisió. En canvi, els periodistes sí que som més exigents i tenim una visió crítica més afinada.

Segons Smith, es produeix un fenomen d'infantilització de la societat. El que ha passat és que la societat actual és molt infantil fins edats molt avançades. I les xarxes socials han contribuït a potenciar aquest fenomen perquè tot el que veiem en aquestes també ens ho creiem. La gent és molt immadura. L'edat dels nens arriba ara fins els 40 o 50 anys i, quan ets molt gran, es torna a recuperar aquesta infantilitat. I aquest procés encara avançarà més. La manca d'esperit crític, de posar en suspens la regla X, en què et mires el món sense pensar si el que veus o sents és veritat o mentida, això arriba a graus molt elevats. Per això encara és més necessari que mai estudiar a les facultats i no aprendre al carrer.

Què distingirà el periodisme del futur?

Ara, per les xarxes socials, tothom pot fer de periodista. Però abans, per fer de periodista necessitaves que et contractés un diari, una emissora de ràdio o una televisió. Ara construeixes una notícia, imitant l'estil objectiu en tercera persona que fa que sigui més creïble, i responent a les famoses sis W. Això es pot aprendre, no cal anar a la facultat. Imitant aquest estil ja ets periodista.

El periodista que ha passat per les facultats, en què es distingirà dels altres?

Pel seu compromís ètic. L'ètica és l'única cosa que distingirà qualsevol persona d'un periodista, perquè qualsevol persona podrà fer notícies.

El títol no fa el periodista.

No. No és com el cas de metge o advocat que tota la vida ho ets. Ets periodista depenent del que fas. És el compromís ètic el que et fa periodista.

5.8. LA COBERTURA DE CONFLICTES BÈL·LICS:

RICARDO GARCÍA

“Una foto o un article publicat en un diari no té el poder de canviar els fets que explica”

Ricardo García és fotoperiodista freelance de guerra des de fa quinze anys. Entre el setembre de 2013 i el març de 2014 va estar segrestat per l'Estat Islàmic a Síria. Les seves fotografies han estat publicades en mitjans nacionals i internacionals tan prestigiosos com New Yorker, Time, New York Times, Washington Post, Wall Street Journal, Le Monde, Guardian, Der Spiegel, El País i El Mundo, entre molts altres.

Per què guerra? Per què dolor?

Va ser com una espècie d'evolució. En un principi vaig començar amb fotografia humanista. I partir d'aquí vaig decantar-me per aquest tipus d'històries.

Quan dius fotografia humanista, a què et refereixes?

A qualsevol cosa que estigui relacionada amb la societat, amb l'entorn, amb la pròpia història. El que passa és que hi ha molts d'enfocaments i de temes. Jo vaig començar sobretot amb el tema de drames humans. Directament vaig començar anant al Sàhara. És un lloc on hi va molta gent perquè et permet agafar una primera experiència. Però ara està en una situació més complicada per la seguretat.

No tractes temes agradables ni còmodes, sinó que mostres la realitat més crua.

Pot ser el problema és que la gent viu en una mena de bombolla i creu que el 70 o 80% de la gent viu tan bé com nosaltres. I és el contrari. Tal vegada un 30% podran, com nosaltres, venir a fer un cafè aquí, podran tenir aquest tipus de llibertat i comoditats que altra gent no té.

Sobretot t'has interessat per Síria. Per què?

Perquè sempre intent buscar o tractar temes que no tenen una cobertura. I en aquell moment, envers el 2011, no hi havia cap tipus d'informació respecte el conflicte a Síria.

Intent anar a països i contar històries que estiguin un poc oblidades perquè és el que, al cap i a la fi, dóna sentit a la feina.

Quan vares tenir clar que volies dedicar-te a aquest tipus de feina?

Des del principi, als vint ja ho tenia clar. El que sí és veritat és que costa molt començar perquè necessites bastants diners per a invertir. Primer de tot, cal fer com una espècie de *book*. Has de començar per viure l'experiència i és aquesta la que t'obrirà les portes a altres contactes, a altres viatges que et permetran treballar dins d'aquest món. El començament pot ser és el més difícil.

Què t'aporta fotografiar aquest tipus de situacions a nivell personal?

Al final com t'afecti a tu o tot aquest tipus de coses són irrellevants perquè tu tens la capacitat o la sort de poder decidir de fer o no fer aquesta feina. Qui pateix les conseqüències d'aquests conflictes és la població civil, la gent innocent que està immersa dins d'aquestes històries i que moltes vegades ni tan sols tenen la possibilitat de sortir d'elles. Pensa que en els conflictes, lamentablement, veus el millor i el pitjor de l'home. Llavors, a nivell personal t'enriqueix molt i a més, una de les funcions més importants del periodisme és la social.

Les fotografies tenen un impacte social important.

Potser no té un impacte directe, perquè té la funció social més enfocada al tema de la cobertura d'aquestes imatges per a donar suport al treball que fan determinades comissions, com ara un equip de metges, que no pas el propi mitjà que no té uns efectes immediats. Enviar un equip de metges i d'aliments té una acció i una incidència més directa sobre la població civil. Sóc bastant escèptic envers el periodisme.

Per què?

Perquè no hi ha una acció ni una reacció directa. Sí que serveix per a donar testimoni. Però una foto o un article publicat en un diari no té el poder de canviar els fets que explica.

Tens una visió pessimista.

No és pessimista, és pragmàtica. Només has d'agafar els diaris dels últims anys i veure quin article o quina fotografia ha fet canviar el curs, els esdeveniments d'un conflicte.

La sang i la tragèdia és el que ven. La línia entre la morbositat i la professionalitat la veus clara?

Sí, la veig clara des del moment que jo he establert el límit que no faig cap fotografia que a mi, si fos una víctima, no m'agradaria que em fessin. El que passa és que aquest límit també és molt subjectiu perquè és el meu i el teu pot ser diferent. Ets tu mateix qui ha de posar un límit i aquest és el meu. Això no vol dir que sigui el correcte ni que sigui l'únic. Simplement és el meu.

Però actues d'acord amb la teva ètica.

En aquest sentit sí. El més important és que sempre has de tenir empatia i respecte, si no, no serveixes per aquest tipus de professió.

Quan estàs fotografiant de ben a prop algú que està patint, creus que pot considerar-se, en certa manera, una falta de respecte cap aquesta persona?

No recordo haver fet cap foto a una persona que s'està morint. O bé estan mortes ja, o bé estan ferides. No retrataria mai una persona que estigui patint i que en aquell moment jo pensi que, més enllà del valor que la imatge pugui tenir, aportí menys del que és la intimitat o el respecte en aquella situació.

Com ets capaç de retratar el dolor i les grans misèries humanes amb la càmera?

Però això és el mateix que passa amb els metges. Al final, arribats a aquest punt t'afecta però saps què necessites. Necessites ensenyar i aquesta és, evidentment, la teva feina. Si no existís com a feina no tindria cap explicació ni justificació d'estar allà.

Algú que està vivint en la seva pròpia pell aquesta situació t'ha posat algun problema o impediment per fer fotografies?

No. Al final el que has de fer és guanyar-te el respecte de la gent i això s'aconsegueix amb una inversió de temps. Quan més temps inverteixis i més temps passes amb ells, més fas que s'oblidin de tu. Arriba un punt que ja et veuen com una part més del conflicte, de la situació i et deixen treballar lliurement. La prova són les imatges, en les que ni tan sols miren a càmera. En un context de conflicte, normalment la gent no està pendent de la càmera, està pendent d'altres coses del seu voltant i més si ja et coneixen i t'han acceptat.

Aquest procés per a guanyar-te el respecte i la confiança pot ser ben llarg...

Evidentment, per això he invertit quinze o setze mesos, en diferents viatges, anant a Síria.

En aquestes situacions tan complicades, el periodista pot ser vist per la població com una mena d'ajudant?

Entenen la feina però no acaben de veure que arribi a tenir un efecte. Una de les coses que esperaven a Síria és que, més o menys, es repetís la situació de Líbia, que va haver-hi una cobertura informativa i que aquesta va generar una resposta a nivell internacional. Va ser aquesta cobertura que va propiciar, en certa forma, la rapidesa de la resposta. Però això mai va passar a Síria, no va existir.

Per fer la teva feina també necessites mantenir una certa distància respecte allò que fotografies...

Abans de tot ets una persona. Des del moment en què decideixes cobrir un conflicte estàs prenent partit, encara que sigui de forma implícita. El que pens i el que passi al periodista és irrellevant, no té sentit parlar-ne. És un problema teu perquè tu has pres la decisió, lliurement i conscientment, de fer-ho. Punt. El que no pots fer és dir “és que jo ho passo molt malament”. No, és una cosa teva. No crec en la funció del periodista estrella. No som artistes, només som transmissors. Per això no he parlat mai de tot això.

S'ha de parlar del treball del periodista, no del periodista?

No, ni tan sols del seu treball. S'ha de parlar del que succeeix, independentment que sigui un periodista o sigui un fotògraf. L'important és la història, explicar el que està passant. El temps que estàs parlant de tu mateix, és temps que deixes de parlar d'ells.

5.9. EL PERIODISTA I LA SEVA IDEOLOGIA POLÍTICA:

MARC GRAU

“No hi ha estratègies de comunicació política que es basin en mentides”

Marc Grau és professor de Ciències Polítiques a la Universitat Autònoma de Barcelona on dirigeix el curs d'especialització en Direcció de la Comunicació i de formació de Caps de Gabinet. A més a més, també és consultor en temes de polítiques públiques, planificació estratègica, comunicació i recerca aplicada per diverses administracions i institucions públiques. Actualment, s'encarrega de la direcció general de SÒCOL.

Com una persona que escriu sobre política pretén ser objectiu?

Considero que l'objectivitat és impossible. És a dir, crec que és un terme trampós perquè parteix de la idea que és possible distanciar-te o desvincular-te completament respecte de l'objecte sobre el qual estàs treballant o analitzant. Per tant, la imatge de la persona desconnectada del tot de la realitat i que la mira de manera neutral i pura, és una imatge que prové de l'epistemologia, de la teoria científica, però que és irreal. Ningú pot mirar la realitat de manera objectiva sense manipular-te, no en el sentit negatiu, sinó en el sentit literal. Amb el simple fet d'observar una cosa ja la modifiques.

Podríem dir que el bon periodisme és aquell que intenta veure la realitat des de diferents punts de vista?

Segurament. Com que jo crec que no es pot parlar des d'enlloc, considero que el bon periodista és aquell que parla de manera situada essent conscient que està situat en un lloc concret i quin és aquest. És una qüestió d'honestat. El periodista pot treballar per a què el seu relat inclogui més veus i no només la seva o aquella que li és més afí.

I si el que llegeix no és tan conscient d'aquest posicionament del periodista?

Aquest és el gran problema. El primer que hem de fer és oblidar-nos del tema de l'objectivitat, perquè crec que és un repte impossible i que, a més a més, pot generar falses expectatives; és a dir, que el periodista pensi que està essent objectiu quan en

realitat no ho és. Cal saber que tot coneixement i que tota anàlisi sempre està situada en un lloc i en un temps determinat. És a dir, que el context és un condicionant d'allò que explicaràs.

Llavors no es pot exigir a un periodista que sigui objectiu.

Seria més fàcil en comptes d'exigir al professional que sigui objectiu, donar-li eines per tal que sigui conscient de la situació en què es troba i de com aquesta l'influeix i ésser sensible també a altres visions sobre aquest fenomen. S'hauria de passar d'una demanda d'objectivitat cap a una demanda d'integralitat, de diversos punts de vista.

El responsable de comunicació d'una institució pública o d'un partit polític, quin assessorament pot donar per a tenir una bona comunicació política de cara al públic?

El que fa un responsable de comunicació dins d'una institució o partit és, sobretot, construir una estratègia de comunicació. És a dir, el que fa és dir "el meu partit o el meu Ajuntament vol aconseguir que la ciutadania percebi d'aquesta institució un determinat missatge". En definitiva, determinar quin és el relat que vol transmetre a la ciutadania i, en conseqüència, dissenyar una estratègia de comunicació que permeti que aquesta rebi el missatge de manera nítida.

Com s'aconsegueix que arribi de forma nítida?

Construint molt bé aquest relat. Per exemple, el director de comunicació d'un partit polític o d'una candidatura que es presenta a les eleccions, es planteja la següent qüestió: quina vull que sigui la percepció del meu públic respecte el meu partit? D'aquesta manera, com si estigués fent un anunci publicitari, determina primer quin és el target i després decideix què vol que li arribi al target concret. Per exemple, a algú que està obsessionat en la transparència, no li pots donar solvència perquè voldrà transparència. El director de comunicació el que fa és redactar una historieta, un relat de dues o tres pàgines, i tota acció comunicativa que fa aquest partit ha de ser coherent amb aquella història.

Per tant seria ètic aquest discurs?

No crec que hi hagi un debat ètic aquí, sinó un debat d'eficàcia. No és més ètic o menys ètic que el màrqueting, per exemple. La comunicació no arriba de la mateixa manera a

tothom i, per tant, el fet que hi hagi una estratègia determinada no li treu ètica, sinó que que li posa és eficàcia. Si jo tenc una candidatura en la qual presento un projecte que és més solvent que els altres, jo m’he d’assegurar que això arribi a la gent. Per tant, un director de comunicació o un periodista ajuda a que tothom s’assabenti que la meua candidatura és la més solvent.

Sigui veritat o no?

No hi ha estratègies de comunicació que es basin en mentides. És impossible perquè a la pràctica no funciona. L’ABC de la comunicació és que tu no pots vendre allò que no existeix. Sí que és veritat que aquestes estratègies es basen en una simplificació. En aquesta, determines els valors que vols destacar més i construeixes un relat simplificat. Però aquesta simplificació és necessària perquè no pots transmetre tota aquesta complexitat. El contrari d’això és que la comunicació sigui desordenada i que cada dia es digui alguna cosa diferent. Si això passa, arriba al teu target missatges contradictoris i fa que, per tant, no s’acabi construint una imatge nítida de què és allò que li estàs comunicant.

Per tant una bona comunicació política seria aquella que és més efectiva?

Sí, seria aquella que aconsegueix que al seu target arribi el missatge desitjat. És aquella que aconsegueix construir un relat que té sentit per qui ho rep i que, per tant, apel·la els valors i atributs que, per exemple, el votant busca en el partit.

6. CONCLUSIONS

Amb aquest treball d'investigació es pretenia profunditzar i analitzar la relació entre el cinema i el periodisme, dues arts que tenen en comú l'afany de difondre històries excepcionals. Per a estudiar aquest vincle he examinat deu pel·lícules on la figura del periodista n'és l'estrella protagonista. A més a més, he entrevistat tota una sèrie de professionals i testimonis de referència per anar encara més enllà i revisar les qüestions que s'abstreien dels films i també altres temes que, com a periodista potencial, em preocupen.

Revisant els antecedents, estudis i assajos he comprovat que aquest tema que s'ha plantejat en aquest treball també ha suscitat interès i inquietuds per molts acadèmics: Ehrlich, Good, Laviana, Bezunartea et al., McNair i Zynda, entre molts altres. De les deu pel·lícules analitzades, la meitat es corresponen amb un bon exercici del periodisme i, l'altra meitat, de casos on el periodisme es veu corromput i es mostra l'obsessió per l'audiència i el reconeixement.

En aquells films on es presenta un periodisme de qualitat (*All the president's men*, *The Killing Fields*, *Veronica Guerin*, *Good Night, and Good Luck* i *State of Play*), els reporters tenen una clara vocació i voluntat per contar i transmetre històries que ajudin a millorar la situació en què viuen. És un periodisme que actua no com un quart poder, sinó com un contrapoder i que, en conseqüència, té una funció social molt important com a denúncia dels abusos dels tres poders.

A *All the President's Men*, veiem l'autèntic periodisme d'investigació (que, a més a més, està basada en fets reals). Els reporters Bob Woodward i Carl Bernstein, que treballen pel *Washington Post*, van seguint les pistes que els dona una font anònima i acaben desemmascarant el mateix president Nixon i aquest es veu obligat a dimitir. A *The Killing Fields*, basada també en fets reals, el periodista Sydney Schanberg és enviat com a corresponsal de guerra pel *The New York Times* a Cambodja. El també reporter cambodjà Dith Pran l'ajudarà a anar als llocs devastats pels bombardejos americans. En un moment donat, quan les coses comencen a complicar-se encara més, els dos periodistes decideixen quedar-se al país en comptes de fugir a Nova York per a seguir informant del que està passant. Però la situació encara és més delicada per Pran, ja que

el règim està matant tots els periodistes de Cambodja. En conseqüència, aquest periodista acabarà en un camp de concentració.

D'altra banda, aquest dilema entre marxar i seguir vivint o quedar-se per seguir fent periodisme culmina a *Veronica Guerin*. En aquesta última, la decisió de seguir indagant en el món de les drogues a Irlanda li costa la vida. Així doncs, la vocació pel periodisme acaba imposant-se per sobre dels interessos o relacions personals dels reporters. A *State of Play*, McCaffrey també es juga la vida en diverses ocasions però això no li impedeix continuar investigant. A més a més, acaba descobrint la culpabilitat del congressista i del seu amic Collins.

Pel que fa al periodista corrupte, sense escrúpols i que solament li importa tenir un reconeixement social i mediàtic té la seva màxima representació a *Ace in the Hole*. Tatum és un reporter en busca de “la notícia” que li permeti guanyar un Pulitzer. Per aconseguir-ho posarà en perill no la seva vida, sinó la de l'home sepultat a la cova. De l'accident d'aquest home en munta un circ i un espectacle que atreurà turistes, música i tot un parc d'atraccions. Mentrestant, Leo Minosa agonitza sota les roques. Per allargar la notícia, el periodista acaba convertint-se en un assassí.

La mort del periodista també està present a *Network*. En aquesta, el veterà presentador de notícies, Howard Beale, anuncia el seu suïcidi en antena arran de la caiguda d'audiència del seu programa. Però la seva mort arriba d'una altra manera i és assassinat per l'equip de la cadena per la seva baixada de popularitat. En aquesta pel·lícula també destaca, igual que a *Ace in the Hole*, l'espectacularització de la informació; ja que per a incrementar el *share* del noticiari s'inclou fins i tot una pitonissa per endevinar la informació que serà important l'endemà. A *Citizen Kane*, considerada per molts crítics el millor llargmetratge de la història del cinema, és l'exemple per excel·lència de la relació entre periodisme i poder. Possiblement inspirada en la figura del magnat de la premsa William Randolph Hearst, mostra la influència de tenir un cert poder adquisitiu per a fer periodisme.

En l'última pel·lícula analitzada, *Nightcrawler*, també es retrata el món de la televisió com un espai on mana l'espectacle i com més impressionants i terribles siguin les imatges, millor. Aquí el periodista, Lou Bloom, deixa morir el seu company a qui havia

obligat gravar un perillós assassí. I no tan sols el deixa morir, sinó que, a més a més, enregistra els seus últims moments de vida, agonitzant.

Respecte a les entrevistes, hi ha controvèrsia en el tema de la formació o aprenentatge de la professió periodística. D'aquesta manera, mentre Manel Ros opina que no cal estudiar periodisme per a ser periodista, sinó que tan sols és necessari tenir ganes d'escriure; Josep Maria Casasús afirma que és imprescindible que el reporter tingui una instrucció universitària específica.

D'altra banda, tots els entrevistats coincideixen en la importància i la responsabilitat que té el periodista en la societat com a formació de l'opinió pública. El tractament de les fonts i la seva rellevància per al treball periodístic també és un tema recurrent en les entrevistes. En aquesta línia, Pepe Rodríguez explica que les fonts s'han de seduir i la relació del periodista amb ella és d'un pacte que mai s'ha de rompre. Per a Roger Jiménez, president de la Federació del Consell d'Informació de Catalunya (FCIC), el periodisme es troba en una situació molt precària a Europa i a Espanya en concret. De fet, no hi ha cap entrevistat que valori positivament la condició actual de la professió.

Pel que fa a la premsa digital i premsa en paper, tema que apareix a *State of Play*, Àlex Gutiérrez adverteix que la immediatesa que s'associa al periodisme digital no és tan important com el debat entre els continguts de pagament i els continguts gratuïts. El sensacionalisme i l'espectacularització són també matèria recurrent tant a les pel·lícules, com ja s'ha explicat anteriorment, com en les entrevistes. Roger Jiménez posava com exemple la cobertura del cas de l'homici de la companyia Germanwings en què imperava la morbositat i la manca de respecte. D'aquest mateix succés en parla Àlex Sàlmon, director de l'edició catalana de *El Mundo*, satisfet de la portada del diari en què s'emfatitzava la brutal caiguda de l'avió durant 8 minuts.

Finalment, el fotoperiodista de guerra Ricardo García Vilanova es queixa del protagonisme del periodista com "estrella". Per a García, doncs, no s'ha de parlar ni del reporter ni del seu treball, sinó d'allò que s'està contant, del conflicte. El periodista no és el protagonista de la història, sinó que és la veu d'aquells que no en tenen.

En definitiva, el món del cinema i el periodisme és molt complex i els punts de vista són diversos. No hi ha una única manera de veure les coses, sinó que cada persona i dependent de la situació i del context en què es trobi, observarà “la realitat” d’una manera o d’una altra.

El més important però pot ser sigui, com expressa Marc Grau, ésser conscients des del lloc on estem informant. La figura del periodista com a intermediari i mediador entre el món sovint massa complicat i la societat que ha de poder, a través del reporter, entendre què està passant. El periodista que es mostra al cinema, lluny de classificar-los com herois i malvats, també estan plens de matisos i concrecions que cal estudiar.

7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Llibres i articles en paper

- Bilbeny, N., (2012). *Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Blázquez, N., (2000). *El desafío ético de la información*. Salamanca: Editorial San Esteban.
- Eguren, C. J. (2013). El periodista mentiroso en el cine. Explorando dos ejemplos El precio de la verdad y El reportero de la Calle 42. Actas V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social Universidad de La Laguna.
- Ehrlich, M. C., (2006). *Journalism in the movies*. Illinois: Paperback.
- García, E. C. (coord.), Sánchez González, S., Marcos Molando, M. M, Manzano Espinosa C., Gómez Alonso, C., y Deltell Escolar, L. (2011). *Historia del cine*. Madrid: Fragua.
- Gómez, J. L. (Ed.). (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona, València. Universitat Autònoma de Barcelona Serveis de Publicacions, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Publicacions de la Universitat de València.
- Good, H., (1989). *Outcasts: The Image of Journalists in Contemporary Films*. Metuchen, Nueva Jersey y Londres: The Scarecrow Press.
- Hernando, L. A., (2000). *El discurso periodístico*. Madrid: Editorial Verbum.
- Kapuscinski, R., (2008). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Anagrama.
- Lane, A. (3 de novembre de 2014). Making the News. Nightcrawler. *The New Yorker*. Recuperat de: <http://www.newyorker.com/magazine/2014/11/03/making-news-2>
- Laviana, J. C., (1996). *Los chicos de la prensa*. Madrid: Nickel Oldeon.
- Martínez, J. L., (2006). *El Zumbido del moscardón: periodismo, periódicos y textos periodísticos*. Sevilla: Comunicación social Ediciones y publicaciones.
- Marzal, J. J., (2000). *Guía para ver y analizar. Ciudadano Kane*. València: Nau llibres. Barcelona: Octaedro.
- McNair, B., (2010), *Journalists in film. Heroes and Villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

- Mera, M. (2008). Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 505-525.
- Ocaña, J. (30 de gener de 2015). El carnaval de las tinieblas. *El País*. Recuperat de: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/01/29/actualidad/1422550166_842373.html
- Osorio, O. (2014). Despersonalización de los medios, poder y guerres de audiencia en el retrato del periodismo en el cine de los 90. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (2), 789-804.
- Peña Fernández, S P. (2011). Caballeros de la prensa. El periodisme en el cine de Billy Wilder (tesis doctoral). Universitat del País Basc, Leioa.
- Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodisoe: De los medios de masas a la masa de medios*. Buenos Aires: Clave Intelectual.
- Tosantos, C. M., (2004), *Cine y periodismo. Los complementos*, Barcelona: Ediciones del Serbal.

Recursos electrònics

- Altares, G. (10 d'abril de 2011). Queda la conciencia implacable. *El País*. Recuperat de: http://elpais.com/diario/2011/04/10/cultura/1302386402_850215.html
- Arce, J. (15 d'abril de 2009). La sombra del poder: Tirando del hilo. *LaButaca.net*. Recuperat de: <http://www.labutaca.net/criticas/la-sombra-del-poder-tirando-del-hilo/>
- Asociación de la Prensa de Madrid (29/10/2013). El periodismo debe ser incómodo con el poder, pero también con la sociedad. Recuperado de: <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/el-periodismo-debe-ser-incomodo-con-el-poder-pero-tambien-con-la-sociedad>
- Beggs, S. (13 de febrer de 2011). Old Ass Oscars: The Front Page (1931). Film school rejects. Recuperat de: <http://filmschoolrejects.com/features/old-oscars-the-front-page.php>
- Benítez, I. (12 de maig de 2015). La Generalitat convoca Telefónica i les subcontractes arran de la denúncia de vulneració del dret a vaga. *Directa*. Recuperat de: <https://directa.cat/generalitat-convoca-telefonica-subcontractes-arran-de-denuncia-de-vulneracio-del-dret-vaga>
- Bezuntea, O., Coca, C., Cantalapiedra, M. J., Genaut, A., Peña, S., y Pérez J. A. (2007). El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados. *Revista Ámbitos*, 16, 369-393. Recuperado de: <http://goo.gl/h0pWY6>

- Bezunartea, O., Coca, C., Cantalapiedra, M. J., Genaut, A., Peña, S., y Pérez J. A. (2007). Si hay sangre, hay noticia: recetas cinematográficas para el éxito periodístico. *Palabra-Clave* 10 (2), 61-74. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64910204>
- Bezunartea, O., Coca, C., Cantalapiedra, M. J., Genaut, A., Peña, S., y Pérez J. A. (2008). Divinismo y narcisismo de los periodistas en el cine. *Textual & Visual Media*. 1, 107-120. Recuperado de: <http://bddoc.csic.es:8080/detalles.html?id=704965&bd=ISOCART&tabla=docu>
- Bezunartea, O., Coca, C., Cantalapiedra, M. J., Genaut, A., Peña, S., y Pérez J. A. (2010). Periodistas de cine y de ética. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação São Paulo*, 33 (1), pp. 145-167. Recuperado de: <http://www.ijpc.org/uploads/files/Pena%202%20Periodistas%20de%20cine%20y%20etica.pdf>
- Bezunartea, Cantalapiedra, Genaut, Peña i Pérez, 2011. Periodismo y cuarto poder en el cine. Tercer Milenio: Revista de comunicaciones, periodismo y ciencias sociales. Recuperado de: <http://www.periodismoucnci.cl/tercermilenio/2011/05/periodismo-y-cuarto-poder-en-el-cine/>
- Boyero, C. (17 d'abril de 2009). Cuando nada es lo que parece. *El País*. Recuperat de: http://elpais.com/diario/2009/04/17/cine/1239919210_850215.html
- Bradshaw, P. (30 d'octubre de 2014). Nightcrawler review: Gyllenhaal hits career high. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2014/oct/30/nightcrawler-review-jake-gyllenhaal-thriller>
- Brennen, Bonnie S. (2004). From Headline Shooter to Picture Snatcher: The construction of photojournalists in American film, 1928-39 *Journalism*, 5 (4), pp. 423-439. Recuperado de: <http://www.ijpc.org/uploads/files/bonnie%20brennen%20article.pdf>
- Canby, V. (15 de noviembre de 1976). Network. *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=EE05E7DF173CB82CA6494CC1B7799A8C6896>
- Canby, V. (8 d'abril de 1976). All the President's Men. *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9C0DEEDF143BE43ABC4053DFB266838D669EDE>

- Cox, T. (27 de febrer de 2004). Must-have movies: All the President's Men (1976). *The Telegraph*. Recuperat de: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/3612946/Must-have-movies-All-the-Presidents-Men-1976.html>
- Crowther, B. (2 de maig de 1941). Movie review. Citizen Kane. *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9E00E3D6173AE33BBC4A53DFB366838A659EDE>
- Díaz, P. (11 de febrero de 2006). 'Buenas noches y buena suerte', una historia del pasado muy actual. *El Mundo*. Recuperat de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/02/08/cultura/1139408816.html>
- Ebert, R. (4 de setembre de 2008). "Whats your favorite movie?". *Chicago Sun-Times*. Recuperat de: <http://www.rogerebert.com/rogers-journal/whats-your-favorite-movie>
- Fine, M. (31 d'octubre de 2014). Movie Review: Nightcrawler - the new Network. *The Huffington Post*. Recuperat de: http://www.huffingtonpost.com/marshall-fine/movie-review-nightcrawler_b_6082320.html
- French, P. (19 de febrer de 2006). Good night, and Good luck. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2006/feb/19/philipfrench>
- French, P. (12 d'abril de 2015). Network review – Philip French on Paddy Chayefsky and Sidney Lumet's enduring satire. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2015/apr/12/philip-french-classic-dvd-network-sidney-lumet-faye-dunaway-peter-finch>
- Geddes, D. (4 d'agost de 2012). Citizen Kane: Not the Greatest Movie Ever. *The Satirist*. Recuperat de: <http://www.thesatirist.com/films/CitizenKane.html>
- Hall, M. (20 de març de 1931). The Front Page (1931). *The New York Times*. Recuperat de: <http://www.nytimes.com/movie/review?res=9500EEDD163DEE32A25753C2A9659C946094D6CF>
- Hernández, A. (12 de maig de 2015). La Barceloneta: quan el veïnat genera més llocs de treball que l'Ajuntament. *Directa*. Recuperat de: <https://directa.cat/actualitat/barceloneta-quan-veinat-genera-mes-llocs-de-treball-que-lajuntament>
- Iglesias, E. (29 de gener de 2015). Nightcrawler. *Ara*. Recuperat de: http://www.ara.cat/suplements/play/Nightcrawler_0_1294670529.html

- Inda, E. (27 d'octubre de 2014). Investigan una cuenta de 12,9 millones de Xavier Trias en Andorra. *El Mundo*. Recuperat de: <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/10/27/544dfbfa22601df70d8b456e.html>
- Lobo, R. (5 de desembre de 2012). No es una crisis del Periodismo. Recuperat de: <http://www.ramonlobo.com/2012/12/05/no-es-una-crisis-del-periodismo/>
- Martínez L., i Alemany, L. (22 d'octubre de 2014). Una película de periodistas sin bobadas. *El Mundo*. Recuperat de: <http://www.elmundo.es/cultura/2014/10/22/544779e1ca474156258b4579.html>
- Martínez-Salanova Sánchez, E. (2013). El gran carnaval, de Billy Wilder. Sensacionalismo y prensa amarilla en el cine. Inventar noticias o mantenerlas un tiempo excesivo. *Aularia*, 2(1) Enero. pp: 69-74. Recuperat de: <http://www.aularia.org/ContadorArticulo.php?idart=83>
- Scott, A. O. (23 de setembre de 2005). News in Black, White and Shades of Gray. *The New York Times*. Recuperat de: http://www.nytimes.com/2005/09/23/movies/23luck.html?_r=1&
- Scott, A. O. (16 d'abril de 2009). The News on Paper, and Other Artifacts. *The New York Times*. Recuperat de: http://www.nytimes.com/2009/04/17/movies/17play.html?_r=0
- Tunzelmann, A. (12 de març de 2009). The Killing Fields: authentically good. *The Guardian*. Recuperat de: <http://www.theguardian.com/film/2009/mar/11/the-killing-fields-reel-history>
- Wood, D. (4 de marc de 2002). *BBC*. Recuperat de: http://www.bbc.co.uk/films/2000/12/15/citizen_kane_1941_review.shtml